الإعلام المقاوم

بين

الواقع والطموح

بسام عبد الرحمن المشاقبة



دار أسامة

الإعلام المقاوم

بين

الواقع والطموح

تأليف

بسام عبد الرحمن المشاقبة

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف: ٥٦٥٨٢٥٢ – ٥٦٥٨٢٥٣
- فاكس: ٥٦٥٨٢٥٤
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: ١٤١٧٨١

Email: darosama@orange.jo
www.darosama.net

الطبعة الأولى

٢٠١١م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١٠/٥/١٥٥٣)

٣٠٢,٢٣ المشاقبة، بسام عبد الرحمن

الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح/بسام عبد الرحمن المشاقبة.- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.

( ) ص.

ر.أ: (٢٠١٠/٥/١٥٥٣).

الواصفات: الإعلام العربي//الاتصال الجماهيري/

ISBN: 978-9957-22-345-8

الفهرس

الفصل الثاني

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الفصل السادس

الفصل السابع

الفصل الثامن

الفصل التاسع

المقدمة:

لماذا كتاب الإعلام المقاوم؟ جاءت فكرة هذا الكتاب استكمالاً للمشروع الذي وضعته على جدول أعمالي الفكرية والثقافية والذي بدأ بمشروعية المقاومة بين الفكرين العربي والإسلامي حيث انطلقت فلسفة تأليفه لدعم وتأصيل ثقافة المقاومة والدفاع عنها أمام الهجمة الشرسة التي تتعرض لها من الماكنة الإعلامية الغربية وبعض ما يسمى بالإعلام العربي، ولما للمقاومة من دور طلائعي في الدفاع عن وجود الأمة وهيبتها الحضارية من منطلق أن المقاومة مشروعة فكرياً وواقعياً، ولذا جاء كتاب الإعلام المقاوم ليرفد المكتبة العربية والعالمية لمنطلقات الإعلام المقاوم وفلسفته واستراتيجيات خاصة وأن الإعلام المقاوم يتعرض الآن إلى حملة شرسة بدأتها الولايات المتحدة باتخاذ قرار من الكونجرس الأمريكي باعتبار فضائيات المقاومة كالعراق وفلسطين ولبنان بأنها منظمات إرهابية لذا جاء هذا الكتاب ليدافع عن مشروعية هذا الإعلام وليدحض الأكاذيب الأمريكية التي تتشرف بها في دعم ثقافة الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير.

وهنا نطرح السؤال مرة أخرى لماذا الإعلام المقاوم والإجابة على هذا السؤال تكون من مسؤولية القارئ والذي عليه دور بعد أن يقرأ هذا الكتاب فيضع الجواب لنفسه ويقوم بتغيير وتحليل، إذا كان الكتاب قد أجاب على هذا التساؤل.

إن مؤلف هذا الكتاب رضع المقاومة وثقافتها منذ نعومة أظافره فقد انخرط في صفوف المقاومة الوطنية الفلسطينية "حركة فتح" عندما كان عمره ثماني سنوات برتبة شبل ثوري وقد تم تدريبه آنذاك. في معسكرات حركة فتح في الأردن عام ١٩٧٠، وقد حمل السلاح الخفيف وتدرب على التباهي بحمل الكلاشينكوف، بل ان كاتب هذه السطور صعد على منصة الرشاشات الثقيلة وبالذات على منصة رشاش الدكتريوف، بل إنه انخرط مع قيادات المقاومة الفلسطينية ووضع شعار حركة فتح على جبهته عندما كانت حركة فتح تتغنى

بالتحرير والمقاومة وكان شعارها آنذاك "وانها لثورة حتى النصر" والآن تغير هذا الشعار ويا للأسف وإنها لثورة حتى اليأس والاستسلام.

ومن هنا فقد وكلت قيادة فتح في منطقة المفرق لكاتب هذه السطور قراءة بيان تطالب فيه المؤسسات الرسمية في مدينة المفرق وعلى رأسها المدارس بإعلان حالة الطوارئ وقد قرأ بيان الحركة والذي طالب بإعلان تعطيل المؤسسات الرسمية وعدم التجوال في الشوارع ويتذكر الكاتب أن قائد المعسكر الذي كنت أتدرب به أهداني خنجراً لأدافع من خلاله عن نفسي بالمستقبل، ولا أخفيكم أن هذه الذكريات مازالت تطاردني ونتيجة لخوف الأهل عليّ من الاستمرار مع المقاومة الفلسطينية تم اعتقالي من قبل أهلي حيث تم ربط جسدي على شجرة وجلدي امام أخوتي وأخواتي بأن أقطع علاقتي مع المقاومة لكنني رفضت ذلك وتحملت الإهانات والضربات المتلاحقة على وجهي تارة باستعمال الأيدي وتارة الضرب بالكرباج على أعضائي وجسدي التخيل ولا أخفيكم أن هذه الأحداث كانت في طفولتي، وكل ذلك بسبب خوف الأهل حتى لا ألتحق بالمقاومة.

عندما خرجت المقاومة من الأردن إلى لبنان ولو خرجت معها لكان لي شأن آخر ومع ذلك ومع انطلاقة انتفاضة الأقصى عام ٢٠٠٠ كان لي نشاط وطني، دعم المقاومة الفلسطينية البطلة حيث شاركت بمسيرات العمل الوطني الأردني بدعم المقاومة الفلسطينية أولاً والعراقية ثانياً وقد دعيت إلى احتفال لا علاقة له بدعم فعاليات المقاومة ولكنه احتفال اجتماعي وقد تكرم صاحب المناسبة علي بالحضور بإهداء جهاز خلوي لكنه اشترط شرطاً بأن يكون منح الجائزة من خلال الاقتراع السري ومن يفوز سيحصل على هذه الجائزة وبالفعل تناولت القلم وأسقطت اسمي الافتراضي ووضعت اسم مقاومة الشعب العربي الفلسطيني ووضعت رقم هاتفي حتى يتأكد صاحب الشأن من مدى مصداقيتي وقد شارك بهذا الاحتفال أكثر من ٢٠٠ شخصية وعندما أخرج راعي الاحتفال الورقة الرابعة صدم من الاسم فكانت الورقة الرابحة هي الورقة التي كتبتها وكان مكتوب عليها انتفاضة الشعب العربي الفلسطيني واستلمت الجائزة وهي عبارة عن جهاز خلوي وأهديتها مباشرة إلى شهداء

انتفاضة الأقصى وصرحت للصحافة أن المنتصر ليس شخص بسام المشاقبة مؤلف هذا الكتاب بل المنتصر الحقيقي هو الإعلام المقاوم وثقافة المقاومة، كما أنني أعتبر الإسلام المقاوم جزءاً من هويتي الوطنية والعربية فقد كتبت العديد من المقالات في الصحف الأردنية التي تمجد المقاومة الفلسطينية والعراقية واللبنانية فأنا كاتب وألتزم بثقافة وإعلام المقاومة وسأضع بعض نماذج ما كتبت في نهاية الكتاب. هذه قصة ولادة كتاب الإعلام المقاوم وأهدي هذا الكتاب إلى المقاومين في كل من أفغانستان والعراق وفلسطين ولبنان وإلى كل الشرفاء من الإعلاميين المقاومين على امتداد الساحة العالمية والعربية والمحلية. فلهم مني كل الحب والتقدير.

قبل أن أدخل في صلب الإعلام المقاوم سأضع القارئ الكريم بجملة من أبرز المحاور والمصطلحات التي لها ارتباط مباشر بالإعلام المهني المتعارف عليه أو ما نسميه بالإعلام المتخصص أو العادي، كما أنني سأطلع القارئ على جملة من المصطلحات الإعلامية التي تساعده لفهم منطلقات الإعلام المقاوم لأن هذه المصطلحات سترد كثيراً، والأهم من ذلك سأضع القارئ على ماذا نعني بالإعلام وما الفرق ما بين الإعلام والدعاية، وكذلك مفهوم الحرب الدعائية والحرب النفسية كما أنني سأتحدث عن طبيعة وواقع الإعلام العربي بشكل عام وفلسفة الإعلام المهني واستراتيجياته ووظائف الإعلام وأبرز النظريات الإعلامية كما أنني سأتطرق إلى الإعلام العربي من حيث واقعه وإشكالاته ومستقبله وفلسفته واستراتيجياته بالمعنى العريض فإن هذه الدراسة تهدف إلى اطلاع القارئ على الدور الذي يقدمه الإعلام المهني العربي مقارنة مع الدور الذي يقوم به الإعلام المقاوم.

وقد جاء هذا الكتاب في عشرة فصول:

الفصل الأول: الإعلام فلسفته ووظائفه ومميزاته واستراتيجياته.

الفصل الثاني: الإعلام العربي واقعه وخصائه واستراتيجياته.

الفصل الثالث: الإعلام المقاوم مفهومه وفلسفته ومشروعيته.

الفصل الرابع: استراتيجيات الإعلام المقاوم.

الفصل الخامس: الخطاب الإعلامي المقاوم- نماذج من تجارب الاعلام المقاوم.

الفصل السادس: الإعلام الفلسطيني المقاوم.

الفصل السابع: الإعلام اللبناني المقاوم.

الفصل الثامن: الإعلام العراقي المقاوم.

الفصل التاسع: الإعلام الفضائي شبه المقاوم العربي.

الفصل العاشر: فرسان الإعلام العربي المقاوم.

المؤلف

الفصل الأول

الإعلام فلسفته ووظائفه ومميزاته واستراتيجياته

اعتبر خبراء السياسة والحرب معاً أن الإعلام والدعاية وأساليب العلاقات العامة والحرب النفسية في وقت السلم والحرب من أهم المحاور المعتمدة لتشكيل الرأي العام للوصول إلى الإقناع السياسي معاً كما يمارسها القادة وصناع القرار ولذلك لا بد وأن نتحدث عن ماذا تعني المصطلحات التي ذكرتها سابقاً.

الإعلام:

تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة بهدف معاونتهم على تكوين رأي عام وسليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة من المسائل التي تشغل بال الرأي العام أي أن الإعلام في هذا التعريف يقوم على مخاطبة العقل لا الغريزة أو العاطفة ودور الإعلام هنا يكمن في نقل الصورة، وبالتالي فإن الإعلام لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة.

بالمحصلة فالإعلام هو نقل المعلومة إلى الرأي العام والتأثير به أي أن هدف الإعلام ليس الإعلام بحد ذاته بل التأثير في اتجاهاته(1).

الدعاية:

هي التأثير في سلوك الجماهير وأفكارهم بواسطة الاستخدام الذكي الانتقائي والمدروس للرموز ونشرها سواء كانت الرموز لفظية أو اسمية أو بصرية أو إدراكية، والتركيز على الكلمة أو الرمز سواء كانت الكلمة منحوتة أو مقروءة أو مسموعة أو مصورة أو مرئية وكل ذلك معاً، وتنقسم الدعاية إلى ثلاثة أقسام هي البيضاء والسوداء والرمادية، والدعاية قديمة قدم الإنسان لكنها برزت في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير لما لها من قدرة فائقة على تشكيل الرأي العام، ومن جهة أخرى فقد اعتبر الخبراء في حقل الدعاية الإعلامية بأنها تنال من عامة الناس وعامة الجماهير "الدهماء" ولا تنال من عقول المثقفين والمحللين الواعين(2).

الدعاية الإعلامية تعني كذلك تشكيل الرأي العام وتشكيل الاتجاهات وتحطيم المعتقدات والآراء وهذا الدور اكتسبه الإعلام، وإن هذا التعريف ليس هو

التعريف الإخباري إنما هو التعريف التأثيري للإعلام أي المؤثر في العقائد والاتجاهات، وبذلك يمكننا القول إن الإعلام الدعائي قد دخل على خط الإعلام فما هو هذا الإعلام؟

اعتبر علماء الاتصال والإعلام معاً إلى أن أقرب التعاريف دقة لهذا المصطلح هو فن الإقناع أي إقناع الآخرين بأن يسلكوا في حياتهم سلوكاً معيناً، وهذا التعريف يتمشى مع المفهوم العام عند غالبية الناس عن هذا الفن وهو في نفس الوقت يبرز أمراً من اثنين فهو يوضح أن الدعاية لا تقتصر على مجال بعينه في الحياة[٢] ومن جهة أخرى يشير معنى الدعاية اللغوي بأنها كلمة مشتقة من الداعي، بينما المعنى الاصطلاحي تعني التأثير والإقناع والإغراء والإيحاء والترغيب الحسي الذي يمارسه الداعي لغرض أن يتقبل غيره بالقناعة الفكرية وجهات نظره وآرائه وأفكاره وأعماله سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وعسكرياً[3].

لذلك فالدعاية: هي إبداء الحقائق أو الخط السياسي ذي الطبيعة الاجتماعية والاقتصادية التي تهدف إلى تحقيق نتائج غير الأهداف المعلن عنها وهي تستهدف التأثير على سلوك الآخرين وأفكارهم بواسطة الاستخدام الذكي الانتقائي المدروس للرموز ونشرها سواء أكانت الرموز لفظية أو سمعية أو بصرية أو إدراكية، والتركيز على الكلمة الرمز منحوتة أو مقروءة أو مسموعة أو مصورة كل ذلك معاً، وقد تكون الدعاية واضحة بيضاء أو مستتيرة سوداء أو بينها رمادية[4].

هذا وقد قسم علماء الاتصال والدعاية من حيث الهدف إلى قسمين[5]:

أولاً: إحداث تغيير في اتجاهات المستهدف من الحملة الدعائية، وهذا التغيير ما كان ليحدث لولا الحملة الدعائية نفسها.

ثانياً: الحيلولة دون حصول تغيير ما متوقع الحدوث ويقوم على تثبيت القناعات ومن الأمثلة على هذا الجانب ما يطلق عليه بالدعاية المضادة وهو ما يقوم به فعلياً الإعلام المقاوم.

العلاقات العامة هندسة وتدبير التفاهم والرضى [6]

العلاقات العامة هي وسيلة لإعادة الحقيقة إلى حيث يكاد يسود الكذب والضلال[7] أو: "هي الجهود المدبرة المبنية على أسس تهدف إلى تحقيق التفاهم والحوار المتبادل بين الدول أو المؤسسات أو الهيئات للوصول إلى الانسجام أو التكيف الاجتماعي.

الحرب النفسية:

منهج تطبيقي من مناهج الإعلام والاتصال بالجماهير تستهدف استنهاض الهمة بين صفوف المحاربين وزرع الضغينة في صفوف العدو وإقناعه بعدم جدوى الصراع تمهيداً لإسقاط سلاحه والتوقف عن القتال وقد انطلقت الحرب النفسية على أساس أن الذي يقاتل لا بد وأن يفعل ذلك نتيجة اقتناع وإيمان وإلا فإنه سرعان ما يتحطم أمام أول هجوم يشن عليه، فإذا ذهب القليل من إيمانه بقضيته فقد أصبح شبيها بالآلة التي يتعطل بها المحرك الدافع للحركة[8] من خلال هذا التعريف يمكننا القول أن الحرب تحتاج إلى روح جهادية ومقاومة عنيفة عالية وإرادة قتال نابعة من نفس المحارب أو المقاتل أو المجاهد، وضميره وإرادته وهذه هي الروح المعنوية العامة التي لا يمكن لأي مقاتل أو مقاوم أن يستغني عنها.

من جهة أخرى وتستخدم هذه التسمية عندما يكون التغيير المتوقع والمراد منع وقوعه هو نتيجة الدعاية مثلما حدث خلال الحروب التي شنتها إسرائيل على العرب حيث انطلقت فلسفة الإعلام الصهيوني على إضعاف الروح المعنوية للشعوب العربية وذلك من خلال توجيه حملات إعلامية ضخمة وقد نجحت إسرائيل في ذلك إلى حد كبير، ووصلت نتائجها السلبية إلى حد تثبيت الانهزامية في نفوس الجماهير العربية أمام الجندي الإسرائيلي والذي أطلق عليه الإعلام الصهيوني بأنه الجيش الذي لا يقهر.

إن العدو في الحرب يلجأ إلى أسلوب المفاجأة ويؤكد على أن الإستراتيجية الصهيونية المفاجئة في الحرب هي نفس الأسلوب الذي يفعله اللص أي المحتل الأجنبي

عندما تراه أمامك فجأة وقد انتصب كالمارد في الظلام موجهاً إليك سلاحاً يأمرك بعدم الحركة ويحرمك الدفاع عن نفسك. ثم يجعلك تنصاع لأوامره وكافة ما يطلب منك والهدف هو تحطيم نفسيتك وزرع الشلل بفكرك وعضلاتك فلا تستطيع حراكاً ولا تصدر حكماً ولا تقوم بأي تصرف يحميك وهكذا تصبح أشبه بذلك الطائر الذي فاجأه الثعبان فسقط عليه الرعب كالجبل ونزل عليه اليأس نزول الصاعقة وحل به الخوف كالكارثة المروعة فلا يملك إزاءها إلا أن يظل مشدوهاً ولا يملك إلا الانصياع دون دفاع ليلقي بنفسه في فم الثعبان الفاغر(9).

ما هو المطلوب لمواجهة هذا الموقف القتالي؟

العدو يريد أن يسلمك للعزيمة صاغراً دون أن تفعل شيئاً ومن المؤكد أن اللص "المحتل" ليس شجاعاً بل هو جبان، لا يملك من القوة الجسدية والنفسية إلا أقل القليل لكن هدف اللص "المحتل" هو بث روح الرعب والعزيمة ونزع روح المقاومة وهذا هو من أهم أهداف الحرب النفسية والدعائية.

إن الحرب النفسية هي شكل من أشكال التأثير الدعائي، يلجأ إليها العدو لمنع المقاومة وإشاعة الرعب والخوف والبلبلة وبذر بذور الفرقة والوقيعة والانقسام عن طريق الأقوال والأفعال التي تؤدي بالنهاية إلى إخضاع إرادتك لإرادته وإقناعك بأن الخير كل الخير في الاستسلام والتسليم وهو قد يسعى لذلك بدهاء وخبث يلوح بسلاحه وأساطيله ودباباته وبعبقريته الدعائية وطائراته وآخر مخترعاته وهدفه القضاء على المقاومة وروح النضال وإقناعك بالهزيمة كقدر محتوم وحقيقة واقعة.

إن الهدف الرئيسي للحرب النفسية هو كسر الإرادة دون حرب فعلية وإنما عن طريق الحرب الخاطفة فالأخيرة تعني التقدم السريع المذهل الذي يثير الرعب وينشر الخوف ويصيب الجنود بالذهول ويكف عنهم روح المقاومة حتى تتحقق أهدافه والمتمثلة فيما يلي(10):

١- إن القتال لا ضرورة له والأسر من أجل الأسر مضيعة للوقت.

٢- يصاب المقاتلون بالشلل التام عن الحركة ويصبحون أسرى للتوتر والقلق والحيرة فتسري الهزيمة بين صفوفهم كسريان النار في الهشيم ويحرق العدو بين الصفوف المشدوهة التي تسقط نهباً للفزع واليأس ولا تلبث الشائعات والتأويلات والأقاويل والتهويلات أن تخدم العدو، وقبل أن يتبين القادة حقيقة ما يجري وقبل أن يفيق المسؤولون من دهشتهم يكون الباغتون قد أدوا مهمتهم وحققوا أغراضهم.

ومن جهة أخرى فإن شعب المقاومة عندما يتم تعبئته نفسياً وعقائدياً فإنه يتمكن من الصمود وعليه فإن الأهداف الإستراتيجية للحرب النفسية تحقق ما يلي:

١- إثارة الانقسام داخل صفوف العدو وتحطيم معنوياته وبالمقابل تحصن الجبهة الداخلية وترفع المعنويات وتجذر الانتماء بحب الوطن.

٢- كسب ودّ الدول المحايدة وإقناعها بعدالة القضية التي يحارب من أجلها وتأكيد الإيمان بالنصر.

٣- توثيق أواصر التعاون والصداقة والإخاء مع الدول الحليفة.

فلسفة الإعلام المهني :

تنطلق فلسفة الإعلام المهني من خلال قدرته على التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، إن هذا التعريف الفلسفي للإعلام جاء على لسان الفيلسوف الألماني "أتو جروت"(11).

وانطلاقاً من هذا التعريف فإن الفلسفة الإعلامية لأي وسيلة يجب أن تنطلق من خلال التعبير الموضوعي وليس التعبير الذاتي من جانب الإعلامي أو المحرر الصحفي أو الخطيب أو الشاعر بل إن التعبير الموضوعي المستند على الحقائق والمعلومات والإحصاءات أي أن فلسفة الإعلام يجب أن تستند على الحقيقة فيما تعرضه من أخبار ومعلومات وتحليلات وأن تبتعد عن الهوى والظن والشك.

إن الإعلام لا يمكن أن يحقق أهدافه وفلسفته إلا بتوخي الصدقية أي الصدق في الإدلاء بالمعلومات التي تتصل بموضوع الإعلام، ولن يتم ذلك إلا إذا التزم

الصحفي أو الإعلامي بميثاق شرف إعلامي وصحفي يلتزم على ضوئه بأن تكون أخباره وتحليلاته مبنية على أساس الصدق معضدة بالإحصائيات والأرقام الدقيقة.

وهنا ندخل على باب الإعلام العلمي أو علم الإعلام وهذا يتحتم علينا طرح السؤال التالي: متى بدأ الإعلام في تطبيق المنهجية العلمية؟

الإعلام مرّ بمراحل تاريخية على اعتبار أنه فن ولم يكن علماً قائماً بذاته له نظرياته وفلسفته الخاصة به أسوة بالعلوم الأخرى إلا في بداية النصف الثاني من القرن الماضي حيث أصبح الإعلام علماً قائماً بذاته، وقد وضع أسسه "شانون وويفر" ثم تطور الإعلام إلى ما وصل إليه وأصبح له مدارس ونظريات وفلسفة وأصبح علماً يدرس في الجامعات والمعاهد، وبهذه المناسبة فقد اهتم المؤلف بظاهرة البحث الإعلامي حيث قدم للمكتبة العربية كتاباً حول مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب بإمكان الدارسين الرجوع إليه.

ومن هنا فإن الإعلام أصبح علماً ينافس أشقاءه في العلوم الإنسانية فقد انطلقت نظريات الإعلام أصلاً من معطف علماء الرياضيات وعلى رأسهم شانون وويفر فقد تمكنا من إدخال نظريات الرياضيات وتطبيقها على الحقل الإعلامي، كما أن الإعلام له ارتباطات مباشرة بعلم التاريخ والجغرافيا والنفس والاجتماع والسياسية، والاقتصاد واللغات والآداب والإحصاء والجغرافيا والعلاقات العامة والعلوم العسكرية وخاصة الحرب النفسية.

إن الإعلام هو خليط ما بين هذه العلوم أو بعبارة أخرى هو صديق مشترك لهذه العلوم فهو يبحث في الوسائل المختلفة والموازية له التي لها دور في التأثير على اتجاهات الجماهير[12]، وهذا بالطبع يقودنا إلى دراسة الفلسفات التي بني عليها الإعلام.

الفلسفات التي انطلق منها الإعلام

الفلسفة الإعلامية تختلف من مكان إلى آخر ومن دولة إلى أخرى، ويعود هذا التبيان إلى سببين أولهما تباين أنماط الحكم والنظم السياسية وثانيها تباين

نظم الثقافات والمشاعر والعواطف، ومن جهة أخرى فقد أجمع علماء الاتصال على أن الفلسفات التي نجم عنها الاختلاف في نظريات الإعلام توشك أن تتحصر فيما يلي[13]:

أولاً: الفلسفة الخاصة بطبيعة الإنسان من حيث كونه إنساناً مدنياً بطبعه كما أكد على ذلك ابن خلدون عالم الاجتماع العربي أي أن الإنسان مفطور على حب الاتصال بغيره، حريص بالوقوف على إخبار غيره.

ثانياً: الفلسفة الخاصة بطبيعة المجتمع وطبيعة الدولة معاً التي تهيمن على هذا المجتمع فعلى هذا الأساس من هذه الطبيعة تكون النظرية أو المذهب الإعلامي الذي يختار مجتمعاً بعينه في زمن بعينه.

ثالثاً: الفلسفة الخاصة بطبيعة المعرفة في ذاتها مادمنا قد اتفقنا على أن الإعلام إنما يعكس الجانب الثقافي من جوانب المجتمع كما يعكس الجانب السياسي.

رابعاً: الفلسفة الخاصة بعلاقة المواطن بالمجتمع الذي يعيش فيه من ناحية وبالدولة التي يخضع لها من جانب آخر.

بعد هذا العرض عن أبرز الفلسفات الإعلامية أو فلسفة الإعلام بشكل عام لا بد وأن نشير إلى الأنماط الإعلامية السائدة والتي تتحصر فيما يلي[14]:

١- **الإعلام النظري:** وهو أحد الأنماط التي تتميز به الجماعات البدائية والحقائق التي تصل إلى تلك الجماعات البدائية إنما تصل إليها بطريقة الفطرة، فالإنسان العربي في الصحراء والإنسان في الجهات النائية عن العمران يعرف بفطرته وتجاربه الضيقة شيئاً عن مواضع الكلام ومنابع المياه ومطالع النجوم التي يهتدي بها السائرون في البر والبحر كما يعرفها بطريقة بدائية، كذلك أخبار القبائل القريبة من قبيلة وطبيعة هذه القبائل وعاداتها وتقاليدها ونوع العلاقات التي بينها وبين القبائل الأخرى ولديه معلومات حصل عليها بهذه الطريقة ولم يبذل فيها جهداً عقلياً ولا شعورياً، إنما ينطبق عليها القول: ويأتيك بالأخبار من لم تزود".

٢- **النمط الإعلامي اليومي**: وهو الذي يحصل عليه أي مواطن في وطنه عن طريق بيته أو عمله أو في أثناء سيره في الطرق العامة أو جلوسه في المنتديات والجمعيات واختلاطه بالناس والأشياء بطريقة الوسائل الإعلامية الطبيعية التي يخضع لها خضوع غيره من المواطنين في الوطن أو البيئة التي يعيش بها، ومن جهة أخرى فإن الحقائق المتصلة بالبيئة الطبيعية التي تحيط بهذا المواطن هي التي تعينه في الغالب أكثر من الحقائق المتصلة بالمحيط الكبير الذي هو الوطن كله، فأخبار الأسرة والأقرباء والزملاء في المكتب أو المصنع مقدمة في أكثر الأحيان عند هذا المواطن على أخبار الإقليم كله أو الجمهورية كلها، كما علينا أن لا نستثني ذلك الأوقات الصعبة التي يمر بها الوطن كأخبار الحروب والكوارث والثورات والانقلابات وبذلك يمكننا القول إن نمط الإعلام اليومي قريب من نمط الإعلام النظري.

٣- **النمط الإعلامي العاطفي**: وهو النوع الشائع بين الأحزاب والمنظمات والهيئات التي تضطرها الظروف إلى التنافس الشديد في مجال الدين والسياسة أو الآداب والفكر وغير ذلك، ومما لا شك فيه فإن الموضوعية في الإعلام العاطفي غالباً ما تضيع وتذوب ذوباناً ذاتياً، فالذاتية أول صفات الحزب أو الفرقة الدينية أو الجماعة الأدبية "النادي أو المنتدى الفكري".

٤- **النمط الإعلامي العقلي**: وهو أرقى أنماط الإعلام والسبب في ذلك أن الموضوعية تعلو فيه علواً ظاهراً على الذاتية بل إن الحقائق والأرقام والإحصائيات تحل فيه محل الصيغ والأساليب والبلاغات، ومن هنا فإن هذا النمط يتوافق مع تعريف أتوجروت للإعلام كما أشرنا سابقاً.

ماذا نعني بالإستراتيجية؟

إن كلمة إستراتيجية مشتقة من كلمة استراتيجوس اليونانية التي تعطي معنى القائد، ومن هذا الأساس تبلور معنى الإستراتيجية فاستخدمها البعض لتعني علم القيادة وآخرون اعتبروها فن القيادة، وفي هذا الصدد اعتبرها أحد جنرالات

ألمانيا بأنها فن إعداد المعارك أو هي الخطة العامة لحملة عسكرية كاملة أو طريقة تنفيذ الحملة وطريقة إدارتها وقد أطلق عليها اسم التكتيك[15].

من جهة أخرى فقد اعتبرها الجنرال الفرنسي اندريه ياوفر بأنها دياليكتيكة الإرادات المتقاتلة التي تستعمل القوة في ما ينشأ من صراع أو نزاع[16].

وماذا تعني الإستراتيجية الإعلامية؟

يقصد بالإستراتيجية الإعلامية بأنها عملية اختيار أفضل البدائل والوسائل لتحقيق أهداف محددة لأي مجتمع على المستوى الوطني، فلا يمكن وضع إستراتيجية سليمة لأهداف غير واضحة[17].

ومن هنا فلا بد من وجود إستراتيجية تشتمل على عنصرين اثنين أولهما: العلاقات المتداخلة بين المتغيرات المختلفة، وثانيهما التأثير المتبادل الذي تمارسه كل منهما على الأخرى، من منطلق أن هناك علاقة متبادلة ما بين الأهداف والوسائل، فاختيار هدف معين يعني أنه قد يؤثر على مجموعة معينة من الوسائل دون غيرها واختيار الوسائل قد يؤثر على اختيار أو تحقيق الأهداف في مرحلة قادمة، وبذلك فإن اختيار الأهداف والوسائل يجب أن يكون مستمراً من منطلق أن الوسيلة قد تكون هدفاً في مرحلة ما.

الشروط الواجب توفرها للإستراتيجية الإعلامية:

تعتبر الأهداف من أهم الشروط الواجب توفرها لأي إستراتيجية إعلامية كما يجب أن تواكب تطورات العصر من أجل مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين لتحقيق الأهداف المرجوة، ومن هذه الشروط:

١- التأكيد على وحدة تكامل العمل الإعلامي بكافة وسائله المسموعة والمقروءة والمرئية بوضوح وقوة على مستوى الدولة والإقليم والعالمية.

٢- خلق الحوار بين أجهزة الدولة وفئات الشعب بما يحقق الإبداع والتواصل وبالتالي يحقق التآخي والترابط بين أبناء الشعب من أجل إنجاز الأهداف الوطنية عن اقتناع وبصورة مشرفة.

٣- تعميق وعي المواطن وإثراء شخصيته وإقناعه بالقضايا المثارة والتي تثار أولاً وأخيراً لتحقيق آمنه وأمن وطنه، والواقع هذا لن يأتي من فراغ ولكن من خلال الشراكة الحقيقية بين كافة أجهزة الدولة.

٤- تقديم الرسالة الإعلامية بعد تحصين المواطن ضد الغزو الفكري والإعلامي الأجنبي المعادي وترسيخ الشخصية الوطنية وتحقيق الأمن الثقافي والإعلامي والوطني.

٥- صياغة نظام إعلامي حر يكون الإعلام قادراً على أن يأخذ دوره ومكانه في هذا القرن وأن يضمن القدرة على مواجهة التحديات.

٦- استمرار عملية تحديث وسائل الإعلام من خلال الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة والحفاظ على الأصالة والهوية الوطنية وعدم اندماجها مع تيار الفكر والثقافة الأجنبية.

يلاحظ في هذه الإستراتيجية أن الإستراتيجية منغلقة ومحافظة لها موقف مسبق من العولمة وهي إستراتيجية في بعض جوانب مرعوبة لا تصلح أن تعتبرها إستراتيجية تدافع عن دولة تملك الثقة بنفسها أولاً، ولكن بالمجمل هذه الإستراتيجية هي إستراتيجية عامة شكلية وصحية في نفس الوقت ولم تدخل بالعمق، ولذلك فإنني لن أتوافق معها أو عليها لتكون إستراتيجية إعلامية قادرة على مواجهة التحديات والمستجدات خلال القرن الحادي والعشرين.

مكونات الإستراتيجية الإعلامية:

عند صياغة إستراتيجية إعلامية فإن الأمر لا يتعلق فقط بمحتوى الإستراتيجية وإنما يعني تحديد قواعد ومتطلعات رئيسية يجب التقيد بها ولا يجوز تجاوزها ولذلك لا بد من إعادة النظر بمنظومة القيم التي تقف موقفاً صراعياً بمنظومة القيم التي تقف موقفاً صراعياً مع الحرية أو القيم المحايدة من الحرية، وحتى يتمكن المحتوى الإعلامي من مواجهة التحديات في القرن القادم من منطلق أننا امتلكنا التكنولوجيا لا يعني أن الإستراتيجية الإعلامية أصبحت بين أيدينا،

وهذا لا يعني أن التكنولوجيا غير مهمة وغير ضرورية فحسب، ومن هذا المنطلق فكل إستراتيجية إعلامية يجب أن يكون الإنسان فلسفتها وغايتها وهدفها الأول من منطلق أن الإنسان هو جوهر التنمية وغايتها، ومن أبرز الأمور التي يجب أن تتوفر بالإستراتيجية الإعلانية ما يلي[18]:

١- الحرية: أي قدرة الإنسان في الحصول على المعلومة، وأن تكون المعلومة متوفرة له، ولا يمكن أن تكون الحرية متداولة بيد الإنسان إلا إذا طبقنا الديمقراطية في حياتنا اليومية ونظمنا أفكارنا واحترمنا حقوق الإنسان.

٢- الموضوعية: وتعني ألا يكون الإعلام وظيفة أداة سياسية ودعائية بل الإعلام وظيفة إيصال المعلومة الطازجة والمواطن هو الذي يختار ما يريده.

٣- المصداقية: الرسالة الإعلامية يجب أن تمتاز بالمصداقية وأن تبتعد عن التضليل والكذب والمخاتلة والباطنية.

٤- التثقيف والتوعية: وهذا يعتبر من أهم وظائف الإعلام بخلاف الترويج.

محددات الإستراتيجية الإعلامية:

تنطلق أي إستراتيجية إعلامية من المحاور التالية[19]:

أولاً- البعد التشريعي: أي لا بد من وجود تشريع إعلامي يقدس الحرية، ويحترم حقوق الإنسان، وأن يكون هذا التشريع غير متناقض مع النصوص الدستورية والمواثيق والأعراف الدولية أي أن الالتزامية هي شرط من شروط هذا التشريع، والمجمل فإن التشريعات الإعلامية تتناول الجوانب المضيئة لوسائل الإعلام "مواثيق الشرف".

ثانياً- البعد الاقتصادي: الإعلام صناعة كباقي الصناعات الاقتصادية، وصناعة الإعلام هي صناعة قائمة بذاتها وتحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة حيث أن المؤسسات الإعلامية الفردية غير قادرة على مواجهة التحديات، فلا بد من شراكة اقتصادية لخلق مؤسسات إعلامية قادرة على الدخول في سوق الإعلام العالمي حيث أن الإعلام يحتاج إلى مرافق وتكنولوجيا متطورة وهذا

بحد ذاته يحتاج إلى تحويل كبير ورأسمال ضخم وهذا ما يطلق عليه اقتصاديات الإعلام وخاصة بعد دخول الاستثمارات الإعلامية في الأسواق.

ثالثاً- **البعد التكنولوجي:** إن التكنولوجيا من أبرز عناصر الإعلام أو قل هي شريان الإعلام وروحه، ولذلك فإن هذا البعد بين دولة وأخرى يتفاوت.

رابعاً- **البعد الاجتماعي:** وهذا البعد منبثق منه جانبين أولهما يهدف إلى تغيير الثقافات الوطنية ضمن سياسية الحوار وليس الانغلاق، والتأكيد على روح المبادرة والاعتماد على النفس والابتكار والإبداع وخلق القيم التي تعلو من شأنه الجامعة والاعتماد على النفس والشراكة مع التأكيد على أهمية التوازن بين الرسائل التي تهتم بالجوانب الثقافية والتعليمية أي الالتزام بوظائف الإعلام التي أشرنا إليها سابقاً وإعلاء شأن القيم الاجتماعية واحترام حقوق الإنسان.

ثانيهما: مواجهة القيود الاجتماعية أي العقبات الخاصة بظروف المجتمع الذي تعمل فيها وسائل الإعلام وتؤثر عليها الأوضاع الاجتماعية والمطلوب تجاوز هذه العقبات عند رسم الإستراتيجية الإعلامية.

خامساً- **البعد الجماهيري:** إن الإنسان هو جوهر التنمية وغايتها ولذلك لا بد من إعلاء قيمة الفرد من خلال التأكيد على مبدأ المشاركة السياسية.

سادساً- **البعد الفكري والثقافي:** أي تعزيز الثقافات الوطنية وزيادة الوعي الثقافي والفكري لدى المواطنين وتوعيتهم بمستجدات العصر حتى يمكنهم المشاركة والمواكبة لواقع العصر.

وظائف الإعلام

عرفت المجتمعات البشرية خلال القرون الماضية أنواعاً كثيرة من وسائل الإعلام حيث كانت تستهدف وعي الإنسان وعقله وعاطفته حيث أن الإنسان

قبل بزوغ الثورة التكنولوجيا كان يستعمل بصره وسمعه ثم عقله، ونتيجة لبروز العلاقات الاقتصادية والتجارية والعلاقات الدولية بين البشر تحت تأثير الفكر الديني والسياسي إضافة إلى اندفاع العاملين في حقول الإعلام من طابعين وناشرين مع مصالحهم في تطوير تلك الوسائل، هذا وقد استخدم الإنسان البدائي وسائل إعلام محددة جداً فقد لجأ إلى استخدام الأصوات والإشارات والإيماءات والحركات والرقصات وتطورت من وسائل يؤديها جسده، ويمكن تسميتها بالوسائل الذاتية إلى أن توصل إلى استعمال النار والدخان للإعلام عبر المسافات الطويلة، هذا وقد ارتبط الإعلام بالتعليم على أساس أن وسائل الإعلام لا يمكن أن تستعمل أو تؤدي رسالتها إلا في حالة جمهور متعلم ومثقف على اعتبار أن الإعلام هو إضافة معلومات والتأثير في الجمهور بينما التعليم هو إضافة معلومات فقط.

إن وظيفة الإعلام تكمن في نقل هذه المعلومات وكذلك تحميل تلك المعلومات رأيا وموقفاً من وجهة نظر، فالتعليم هدفه نقل المعلومات إلى التلاميذ أما الإعلام فهدفه نقل المعلومات إلى الجماهير بقصد التأثير على اتجاهات جديدة بعد طحن الاتجاه السابق.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في المجتمع من منطلق أهمية الإعلام من جهة بأن الحكومات تحقق موازنات خاصة للإعلام، ومن أجل تحقيق جملة من الأهداف الداخلية والخارجية، فعلى الصعيد الداخلي فإن مهمة وسائل الإعلام تكمن في رفع المستوى الثقافي للجماهير وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية أي أن دورها يكمن في المساهمة في عملية التنمية، أما على الصعيد الخارجي فإن وظيفة أي وسيلة إعلامية تكمن في الدفاع عن فلسفة الدولة وإستراتيجيتها وتعريف العالم بحضارتها وثقافتها وثقافة شعوبها، وليست الحكومات هي التي تهتم بوسائل الإعلام بل إن مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الغير حكومية عليها أن تهتم

بوسائل الإعلام وتقترب منها حيث أن وسائل الإعلام ستساعدها على تحقيق أهدافها وتطلعاتها وتساهم في ازدهارها وتقدمها.

ومن هنا فإنه على ضوء ما سبق ذكره يتبين لنا اهتمام المؤسسات الحكومية والغير حكومية بوسائل الإعلام بسبب الدور والوظيفة الذي تقوم بها في التأثير على اتجاهات وسلوك الجماهير سواء أكان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً، ومن هنا فإن الخبراء الإعلاميين وأساتذة الجامعات وضعوا جملة من الأهداف والمحاور عن أبرز الوظائف التي يقوم بها الإعلام ووسائله بشكل عام وانحصرت هذه الوظائف فيما يلي[20]:

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

تنطلق وظيفة وسائل الإعلام في تشكيل المواقف والاتجاهات من خلال إكساب الجماهير اتجاهات ومواقف جديدة أو العمل على تعديل هذه المواقف والاتجاهات القديمة وأحياناً إبدالها بمواقف جديدة أو تثبيت المواقف القديمة وفي كلتا الحالتين يجب الأخذ بعين الاعتبار بما يلي:

١- وسائل الإعلام والمادة أو الرسالة الإعلامية التي تتوجه للجماهير: كلما كانت المادة الإعلامية أو المنتج الإعلامي ملائمة للجماهير لغة ومحتوى كان لها تأثير كبير فلا يعقل أن نخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية بلغة فصحى ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية، كما أن تقديم المادة الإعلامية في ظروف ملائمة نفسياً واجتماعياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وبالتالي وضع المنتج الإعلامي بناء على المعرفة.

٢- أفراد المجتمع أصحاب المواقف والاتجاهات ومدى صمود تلك المواقف: أي ما يتعلق باتجاهات الجمهور ومواقفه، فإذا كان الجمهور في مرحلة بناء تلك الاتجاهات والمواقف فالأمر سهل، وهذه حالة الأطفال والأولاد في سن معينة إلى جانب أهمية سن الشباب، أما إذا كان أفراد الجمهور أصحاب مواقف

واتجاهات وكانت الاتجاهات مرنة فإن تأثير وسائل الإعلام يكون أسهل وأكثر جدوى، والاتجاه المرن معناه الاتجاه الذي هو في طريق التكوين أو تكوّن، وما زال خاضعاً للتغيير والتطور، ومن جهة أخرى إذا كانت تلك الاتجاهات والمواقف صلبة فمعنى ذلك أن على وسائل الإعلام مهمة صعبة وأحيانا تكون مستحيلة لأن تلك المواقف والاتجاهات تكونت ونمت في إطار مغلق يحولها إلى مواقف جامدة يصعب التأثير فيها لكن تظل هناك حالات أفراد يمكن النفاذ عبرها إلى الجمهور صاحب المواقف الجامدة الصلبة، وعلى هؤلاء الأفراد يجب التركيز واستمرار توجه وسائل الإعلام إليهم.

إن هذين الأمرين يجب أن يتوحدا ويتكاملا في أي عملية تحاول وسائل الإعلام أن تمارسها، وأن النقطة المهمة في عملية تثبيت المواقف والاتجاهات تتم عبر تكرارها ودعمها بما هو محبب وبما هو مقنع بالاستمرار فيها وأحياناً يمكن تثبيت مواقف معينة عن طريق نشر وإظهار سلبيات مواقف معاكسة لها، هذا وقد تبين أن التوجيه يمكن أن يتم بواسطة جميع وسائل الإعلام ولكن الإعلام المرئي التلفزيوني يحتل حصة الأسد لما له من تأثير كبير.

ثانياً ـ الدعوة والتبشير:

إن الوظيفة الثانية لوسائل الإعلام وهي من أهم وظائف الإعلام تبدأ عندما تقوم المؤسسات الأهلية والحكومية وشبه الحكومية بتوظيف وسائل الإعلام من أجل الترويج لعقيدة أو فلسفة ما سواء تعلقت بنظرية سياسية أو ايدولوجيا سياسية ودينية وفكرية، وهنا يلاحظ في الأنظمة الشمولية التي تملك وسائل الإعلام وتملكها ينحصر دورها في هذه الوظيفة بالذات أي الترويج لأيديولوجيتها السياسية الشمولية، ولا يسمح لأي وسيلة إعلام أن تروج لعقيدة أخرى.

إن عملية الدعوة والتبشير تتم عن طريق إعادة كتابة بعض الأحداث التاريخية وإبرازها، وتقديمها من جديد كدليل على المجد الوطني لدولة من الدول، ولذلك لكي تتمكن الهيئات أو الحكومات من تحقيق هذا الهدف لا بد للقائمين

على الإعلام أي الذين يمثلون هذه الهيئات أن تكون نظرياتهم ومبادئهم واضحة ومحددة كي يمكن التعبير عنها والتشهير بها.

ثالثاً ـ التثقيف العام:

أي قيام وسائل الإعلام بتثقيف الفرد والمجتمع معا ليس بالأسلوب التلقيني بل بأسلوب الحوار، ويقوم التثقيف على محورين:

١- **التثقيف العفوي:** وهو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له بدون أن يكون هو المقصود بالذات معلومات وأفكاراً وحواراً وآراء، ويحدث أيضاً عندما ينضم الفرد إلى جماعة ما، ويستمع إلى أفرادها يتحدثون أو يقرؤون كتاباً أو صحيفة أو يستمعون إلى المذياع أو مشاهدة التلفزيون، فينصت ويصغي ويشاهد ويكتب بعض الأفكار والآراء التي تضاف إلى ثقافته أو عندما يستمع شخص وهو في السيارة أو في المقهى لوسائل الإعلام.

هذه بعض أشكال التثقيف العفوي الذي يكسبه الفرد أحياناً دون قصد من جانبه ولا من جانب السلطات الحاكمة هذه العفوية المزدوجة نظرية إلى حد ما ففي هذا العصر مهما وضع الفرد نفسه خارج الإطار الاجتماعي العام فإنه يقع ضمن هذا الإطار ويجد نفسه مطوقاً به وبثقافته اليومية، ولهذا يندفع بحشرية أو بمصلحة للاطلاع على ما يحيط به فيواجهه برغبة مباشرة أو غير مباشرة من جانب السلطات الحاكمة أو بعض الهيئات بنشر المعلومات والأخبار والآراء وهكذا كي تصل إلى أكبر عدد ممكن من الناس، ولهذا يمكن القول إنه توجد دائماً رغبات متبادلة في هذا التثقيف لكن أحياناً يتعدى هذا الوجود حدود الرغبة فيصبح هدفاً وبرنامجاً وخطة مواد جاء من جانب الفرد أو من جانب المؤسسات الحاكمة أو الهيئات غير الحكومية، ولهذا يمكننا أن نطلق على هذا التثقيف بالمبرمج أو المخطط المقصود.

٢- التثقيف المخطط: وهو في الواقع حاصل نتيجة الوظيفتين الأولى والثانية أي حصيلة التوجيه والتبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط بالبرامج الزراعية أو البرامج السكانية أو زيادة الوعي السياسي.

ومن هنا فإن هناك إشكالية قد تواجه التثقيف المخطط من منطلق أن النظم السياسية ليست واحدة في مجال التثقيف المخطط بل هناك تفاوت من وجود نظام إعلامي موجه ونظام إعلامي حرّ.

ففي الحالة الأولى تعتبر الدولة نفسها مسؤولة عن ثقافة المواطن وتوسيع أفق وعيه وإدراكه وتجد مصلحة لها في هذا الأمر، بينما في الحالة الثانية توجد دول لا تعتبر نفسها كذلك، وتترك مجالاً لعدة وسائل إعلامية وبرامج تثقيفية تتصارع على كسب اهتمام الفرد وجذبه إليها.

ومن ناحية أخرى فإن معظم الدول لها برامج تثقيف عامة من جانبها لأنها تخشى على شخصية المواطن أن تتفتت أمام تنوع وسائل الإعلام وتعددها وتختلف تلك الدول من دولة لأخرى في السماح بأكثر من وسيلة إعلام واحدة وفي التشدد في ضبط مصادر التثقيف بشكل جاد ومقنن فالأفضل أن تتولى الدولة تحديد الخط العام للإعلام لديها هذا إلى ضرورة امتلاك وسائل الإعلام وتوجيهها من جانب آخر كي لا تكون ملكاً لقوى تستعملها لاختلافها معها فالأصل أن ترفع الدولة يدها عن وسائل الإعلام وأقصد الحكومة وإذا أصرت على وضع سياسة إعلامية فعليها أن لا تتجاوز الحرية الصحافية وحرية التعبير.

ومن هنا فكما تمارس الدول التخطيط فالفرد هو نفسه من يراقب وسائل الإعلام والبحث عن الأفضل، ولذلك فإن هذا التثقيف من جانب الفرد مقصود، ومهما كان الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تثقيف وتوعية المجتمع سواء أكان عفوياً أو مقصوداً فهذه الوظيفة تساهم في تثقيف الأفراد والجماعات، لكن المهم هو في مدى نجاح المنتج الإعلامي.

رابعاً - الاتصال الاجتماعي :

يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم ببعض، وهذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها، ومن جهة أخرى فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من تعريف الناس بالشخصيات البارزة والذين نطلق عليهم النخب سواء كانوا في مجال الإعلام أو السياسة أو الفن أو الرياضة أو الاقتصاد، وهذا التعارف يقرب هؤلاء الناس بعضهم من بعض حتى لا يكاد البعض يصبح جزءاً من حياة قارئ مجلة او من حياة مستمع إذاعة أو مشاهدة تلفزيونية.

إن وسائل الإعلام تنطلق وظيفتها في الحقل الاجتماعي عن طريق توفير أخبار يومية عن الأفراد وعن طريق عرض وتقديم بعض الأشخاص البارزين إلى درجة يصبحون معها مألوفين ومقبولين إلى حد ما لدى المتتبعين لوسائل الإعلام تلك.

إن وسائل الإعلام ألغت الجغرافيا السياسية وقربت بين الناس وألغت ما يسمى بعائلة الفرد إلى درجة أن نجوم التلفزيون يطلون علينا يومياً أو أسبوعياً أي أكثر مما يشاهدون أسرهم وأقرباءهم كما أن وسائل الإعلام ربطت المجتمع الإنساني حول الكرة الأرضية وصارت أشبه القرية العالمية.

خامساً - الترفيه عن النفس والتسلية:

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في الترفيه عن أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه، وهذا يتحقق بواسطة الأبواب المسلية في الصحف والبرامج المضحكة والمسلسلات، لكن القائمين على الإعلام عليهم أن يختاروا المنتج الإعلامي الترفيهي الجاد الذي يبتعد عن السطحية بل الترفيه من أجل التأثير وليس لإملاء الفراغ حتى لا تفقد هذه الوسائل جماهيريتها، علاوة على ذلك فإن للوسائل الإعلامية وظائف أخرى وأهمها الإعلان.

من جهة ثانية اعتبر خبراء الإعلام أن لوسائل الإعلام وظائف أخرى انطلقت من حاجة الفرد والمجتمع لعدة وسائل، وذلك لأنها تقوم بوظيفة نقل الأخبار إلى الجمهور وتقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال وقد انحصرت وظائف وسائل الإعلام من خلال المحورين التاليين[21]:

المحور الأول: مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس والذي يعتبر المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام وهو من أبرز المداخل الأساسية لدراسة الإعلام الجماهيري، فالمفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجهين:

١- توجه بحثي معني أساساً بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل.

٢- توجه بحثي معني أساساً بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام أي ما يفعله الجمهور.

ومن ناحية أخرى فقد جرى سجال ما بين الآباء المؤسسين لعلم الاتصال الجماهيري حول وظائف وسائل الإعلام، وعلى رأسهم هارولاد لازويل، والمتمثلة بمراقبة البيئة وربط المجتمع بالبيئة المحيطة ونقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر حيث أضحت هذه الوظائف أساساً لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتجديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع بعد تطويرها أو تكييفها في علاقاتها بالوسيلة أو المضمون ولكنها جميعاً تجيب عن أسئلة خاصة بالوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع.

من جهته اعتبر "اليهوكاتز" أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام والتي يمكن أن تقدمها للفرد وتؤثر في سلوكه هي[22].

١- **وظيفة المنفعة:** حيث أن اتجاه الفرد إلى وسيلة معينة أو مضمون معين يتحدد في ضوء النفع العائد عليه، من هذه الوسيلة أو هذا المضمون.

٢- **وظيفة الدفاع عن الذات:** وتعكس هذه الوظيفة رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكلها عن نفسه ورفض ما عداها.

٣- **التعبير عن القيم:** فكلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا عن هذه الوسائل، وهذا يفسر قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة في مقابل ضعف قدرتها على تغيير الاتجاهات السائدة.

٤- **الوظيفة المعرفية:** وتتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه.

هذا وقد اعتبر "دينيس ماكويل" الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام تخلق حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام وتنحصر هذه الوظائف فيما يلي(23):

١- **الوظيفة الإعلامية:** وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.

٢- **تحديد الهوية:** وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية والتوحد مع الآخرين.

٣- **التفاعل الاجتماعي:** وتركز هذه الوظيفة على حاجة الفرد للانتماء والحوار والتواصل مع الآخرين.

٤- **وظيفة الترفية:** وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات والخلود للراحة وملء الفراغ.

المحور الثاني- التمييز بين المحتوى والوظيفة: إن دراسة أي محتوى أو منتج إعلامي وخاصة فيما يتعلق بالمدخل الوظيفي لوسائل الإعلام لا بد من التمييز ما بين محتوى وسائل الإعلام وخصائص الوسيلة الإعلامية فهناك وظائف مرتبطة بالمنتج الإعلامي الذي تعرضه وسائل الإعلام، وهناك وظائف أخرى مرتبطة ارتباطاً بنوع الوسيلة المستخدمة أو بظروف الاستخدام دون ارتباط قوي بالمحتوى فعلى سبيل المثال عندما يريد فرد من أفراد الجمهور متابعة حدث عالمي وقت حدوثه فلا يوجد أفضل من القنوات الفضائية والانترنت لتغطيتها أثناء الحدث، وأما من أراد التفاصيل فيجد بغيته إما بالانترنت مساق الصحافة الإلكترونية أو المكتوبة(24).

الخطاب الإعلامي

بعد أن استعرضنا أهم وظائف الإعلام ووسائل الإعلام لا بد وأن نستعرض مضمون الرسالة الإعلامية أو ما يطلق عليه المنتج الإعلام والخطاب الإعلامي.

ماذا نعني بالخطاب الإعلامي؟

تعتبر غالبية العاملين في الحقل الإعلامي أن مصطلح الخطاب الإعلامي مرفوض رفضاً قاطعاً على اعتبار أن هذا المصطلح هو مصطلح دخيل ولقيط وغير شرعي، ويجب العمل على اقصائه ورفضه، وهذا ليس غريباً حيث أنه لغاية الآن توجد غربة ما بين المتخصصين بعلوم الاتصال والعاملين الآخرين في حقل الإعلام من خارج تخصص الاتصال والإعلام وهذه العلاقة في المواجهة لم تقتصر من منطلق مهني بل وصلت إلى المنافسة، وهذا هو السبب الرئيسي في النفور من مصطلح الخطاب الإعلامي، لكن بعض الباحثين يحاولون ان يلتفوا على هذا المجال أي تحليل الخطاب الإعلامي بأن يبقى تابعاً ويعمل تحت قدم الخطاب السياسي لكي يبقى تحت سيطرته ورقابته، وكأن العلاقة هي علاقة أبوية أي ان الهدف من هذا الوقت هو احتواء ومحاصرة الخطاب الإعلامي[25]، ومن هذا المنطلق فإن تأصيل هذا الخطاب أصبح ضرورة بحثية وعلمية لمعرفة مفهومه ومكوناته وتشكيلاته والتغيرات التي طرأت عليه أثناء الممارسة الخطابية للوصول إلى فهم مكينزمات هذا الخطاب وموقعه من اللغة الاتصالية كنظام عام، وبالتالي تحديد فاعلية دوره في إطار ظاهرة التعامل النفسي بمختلف مستوياتها.

نعود إلى صلب السؤال الذي طرحناه ماذا نعني بالخطاب الإعلامي؟

الخطاب الإعلامي هو عملية تقنيع أي إقناع للواقع ووضع تصورات وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها بغض النظر عن طبيعة هدفه بالإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله ويتسم هذا الخطاب بطقوس معينة وله خصائص وأبعاده الطقوسية[26].

وهناك تعريف آخر للخطاب الإعلامي على النحو التالي: هو الخطاب الذي يهدف إلى الأخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين وتوجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر وصياغته.

مكونات الخطاب الإعلامي :

انطلقت مكونات الخطاب الإعلامي بشكل خاص من المكونات الخطابية بشكل عام والتي جاءت من حضن الدراسات الألسنية، وقد حددت هذه الدراسات مكونات الخطاب الإعلامي والتي تتدرج على الشكل التالي[27]:

١- الفاعلية: أي التركيز على الفاعل الخطابي الذي يمتلك مميزات وله أفعال معينة، وهو هنا ليس منتج للخطاب الرسمي وإنما هو إعادة إنتاج الخطاب وتحت أنماط وتشكيلات خطابية متعددة، ومن هنا فإن عملية إعادة الإنتاج هذه تعد جزءاً لا يتجزأ من عملية واسعة يقوم بها الخطاب السياسي الرسمي ويتم فيها إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية ذاتها والقائمة في مجتمع معين[28].

٢- الفضائية: وهي الكون الثاني للخطاب الإعلامي أي أن ما يهمنا في هذا الكون باعتباره فضاء إدراكياً هو الفضاء الصغير الذي يمتلك إمكانات التواصل المباشر وإدراك المكونات الخطابية عبر وحدات جزئية والسماح بتحولات معينة تعمل على تحويل سيمائية العالم الطبيعي إلى سيمائية سياسية يعمل الفاعل الخطابي من خلال العمل على إنتاج علاقات جديدة[29]، وعلى سبيل المثال أن رمز الصليب المعكوف ليس في حقيقته إلا رمزاً لإحدى الديانات الشمسية القديمة ولكنه أصبح الآن رمزاً للنازية وللنازيين والهتلرية وكذلك المنجل والشاكوش حيث تحول هذا الرمز من أدوات إنتاجية إلى رمز للحركة الشيوعية ولكل الشيوعيين في الأرض.

من خلال ما سبق ذكره تبين لنا أن فضاء الخطاب هو الذي يحدد عموماً انتهاء هذا الخطاب وبالرغم من حرص الفاعل الخطابي على طمس حقيقة هذا الانتماء، ومراميه الحقيقية على الآخرين وتقديم نفسه ممثلاً شرعياً وإزالة التناقض

ما بين السلطة الحاكمة والآخرين، إلا أنه قد يلجأ إلى استلهام كثافة المجتمع لتأريخه وبما يساعد في تسهيل هضم مقولاته وتسويقها خلال عملية التبادل التي لا تعتمد سوى على الرموز، وهكذا يلغي الخطاب ذاته طالما يضع نفسه ضمن نظام دلالي[30].

٣- الزمانية: وتعني الزمانية بأنها عملية التدرج في بناء النطق الإعلامي لوضع مستقبل الخطاب في موقف فكري معين من خلال التلاعب ببعض عناصر موقفه الأصلي.

مميزات الخطاب الإعلامي:

يمتاز الخطاب الإعلامي بعدد من المميزات نجملها في الآتي[31]:

١- أنه خطاب طقوسي: حيث أن طقوسية الخطاب الإعلامي تحدد فاعليته المقترحة أو المفروضة على الخطاب، وتأثيره في مستقبل هذا الخطاب ناهيك عن شكل الطقس.

٢- الأسطورية: أي خطاب بما فيه الخطاب الإعلامي لا يستغني عن البعد الأسطوري سواء كان ميثولوجيا أم قائماً على خلق أساطير جديدة في المجتمع المعاصر من خلال اعتماده على دعائم تمثيل أسطورية محددة وتهدف الأسطورية في الخطاب الإعلامي كما يؤكد رولاند بارت لتحقيق ما يلي[32]:

١- تحويل الواقع إلى حالة أسطورية يستبعد التحديد الزمني منها باعتبارها تقر الحاضر والماضي والمستقبل.

٢- تقترب من ثنائية الخطاب الديني والقانوني بمعنى أن لا تكف صياغة الخطاب الأيديولوجي والسياسي من خلال عدة خطابات قيلت وتقال وستظل جاهزة للقول أبداً بغض النظر عن صياغتها[33].

٣- خلق تصورات تتفق ما يشعر به الفرد أنه مقدس ممثلاً بالأسطورة ذاتها كفكرة عظيمة للاستيلاء على عقل الإنسان بشكل شبه كامل يكرس حياته لها بل ويتعدى الأمر إلى تبني المنطق الإعلامي الوارد في الخطاب

بأكمله، وهذا الإيمان يصل إلى حد الموت من أجل تبنيها لما جاء في الخطاب وليس في الحقيقة بالرغم من الوهم الذي يحيطنا لأن هذا الخطاب يمدنا بالسلطة أي سلطة معرفة أفضل للعالم حسبما تتوهم وسلطة تفسير الأشياء وتحليلها وإقناع ذواتنا بإمكانها أن تسيطر على ما هو محيط بها، إنها السلطة التي تمنح مستقبل الخطاب الإعلامي إحساساً بأنه متفرد وجزء مهم بما يحيط به[34].

٤- الإقناعية: وتعتبر هذه الميزة بأنها تنطلق من البناء المنطقي للخطاب الإعلامي من خلال تقديم رأي موحد وحل واحد ومخرج واحد وعمل واحد، ويتم تحقيق ذلك من خلال عدة سياسات.

أخلاقيات الإعلام

بعد أن تحدثنا عن فلسفة الإعلام وأهمية هذه الفلسفة في خلق شخصية الإعلام وما طرأ عنها من تغيرات جوهرية، مما استدعى خبراء الإعلام أن يضعوا مواثيق شرف لمهنة الإعلام، وتشير المصادر إلى أن مواثيق الشرف الأخلاقية ظهرت قبل ٨٠ عاماً أما مجالس الصحافة فظهرت خلال العقد السادس من القرن الماضي والسؤال المطروح ماذا نعني بمواثيق الشرف؟

هي تشريعات خاصة تسعى إلى تحسين أداء الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى، وهي تسمح للناس بأن ينتقدوا وسائل الإعلام وتقييم أدائها بدون تهديد رسمي وتستهدف مواثيق الشرف الأخلاقية تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس[35].

فلسفة أخلاقيات الإعلام مواثيق الشرف الإعلامية:

ولدت فلسفة الأخلاقيات الإعلامية أو ما يسمى مواثيق الشرف من رحم النظريات الإعلامية وخاصة نظرية الحرية ونظرية المسؤولية الإعلامية بهدف المواءمة

ما بينهما فكلاهما وجهان لعملة واحدة وتعتبر هاتان النظريتان أساس العملية الإعلامية برمتها، ومن الجدير بالذكر أن للإعلام أربع نظريات إعلامية هي:

١- نظرية السلطة.

٢- نظرية الحرية.

٣- نظرية المسؤولية الاجتماعية.

٤- النظرية الاشتراكية أو الشيوعية.

ولا أريد أن أتوسع في الحديث عن النظريات الإعلانية بل سأتحدث بإيجاز عن أبرز النظريات الإعلامية التي لها مساس بالحرية وهي نظرية الحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية، أما نظرية السلطة والنظرية الشيوعية فهي أصبحت من مخلفات التاريخ الإنساني ولا يوجد لها مجال أن تتحدث عنها لأنها لا تصلح إلا في العصور الوسطى وكل نظام سياسي واجتماعي يطبق نظرية السلطة فهو نظام سلطوي وخارج حركة التاريخ.

١- **نظرية الحرية أو ما تسمى بالنظرية التحررية الليبرالية:** من حيث المنطلقات التاريخية لم تأت هذه النظرية صدفة بل جاءت بعد صراع مرير وعنيف مع أنظمة الحكم الاستبدادية والتي تبنت نظرية السلطة أو النظرية التسلطية أو ما نسميه بالحكم المطلق والتي حكمت أوروبا على قرنين حتى جاءت إشعاعات الثورة الفرنسية حيث بسطت نورها على الكرة الأرضية وأصبحت ملهمة لكل الحركات النضالية والكفاحية التي تناضل لسحق الظلم والطغيان، وتعتبر نظرية السلطة من أقدم النظم الإعلامية تاريخياً حيث كانت الصحافة يفرض عليها قيود تحول دون خدمة القطاع العريض من الناس بل إنها تخدم السلطة وأنظمة الحكم السائدة آنذاك، وبعد الثورة الفرنسية انتشرت الأفكار التنويرية والتحريرية بفضل دعوات المفكرين التنويريين مثل: جون ملتون، وجون لوك، فولتر، جان جاك روسو، وهنا ظهرت نظرية الحرية

وحرية التعبير، والتي انطلقت من المبدأ التالي: أن حق الفرد في أن يعرف الحق الطبيعي كحقه في الماء والهواء ولكي يمارس هذا الحق الطبيعي لا بد أن تتمتع الصحافة بحريتها الكاملة دون قيود تأتي من خارجها[36] وكان من إيجابيات هذه النظرية أنها حررت الصحافة من القيود الرقابية أو أي قيود حكومية تذكر.

٢- **نظرية المسؤولية الاجتماعية:** جاءت هذه النظرية لتملأ الفراغ وتعالج الاختلالات التي نجمت عن تطبيق نظرية الحرية وانطلقت هذه النظرية على أساس التوازن ما بين حرية الفرد ومصالح المجتمع من جهة، وارتكزت على تحقيق التوازن ما بين حرية الرأي والتعبير وصالح المجتمع وأهدافه على المستوى الإعلامي من ناحية أخرى من منطلق أن للإعلام وظيفة اجتماعية، وقد نتج عن هذه النظرية مبدأ مهم من مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية، والمتمثل في ضرورة وجود التزام إعلامي ذاتي بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع، والأهم من ذلك فإن أخلاقيات مهمة الإعلام أصبح يحكمها طرفا المعادلة: الحرية والمسؤولية والتوازن بينهما.

وهو جوهر أخلاقيات الإعلام ومهنة الإعلام[37].

أهمية أخلاقيات الإعلام:

تختلف مهنة الإعلام عن أي مهنة أخرى للأسباب التالية[38]:

١- الرسالة أو المنتج الإعلامي والذي يهدف أو تهدف إلى خدمة الإنسان لما لهذا المنتج الإعلامي أو الرسالة الإعلامية من دور مهم في تشكيل القيم الإنسانية والاتجاهات الأيديولوجية والمعارف الإنسانية.

٢- تحقيق التواصل والترابط ما بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة.

٣- تغطية كافة جوانب الحياة الإنسانية ومن هنا فإن أخلاقيات مهنة الإعلام تتخطى أخلاقيات العمل والمهنة لتمتد وتشمل أخلاقيات الإنسانية بصفة عامة

وخاصة مع ظهور الإعلام الإلكتروني والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات، ومن هذا المنطلق ونتيجة لهذه التطورات ظهر العديد من القوانين سواء الوطنية والإقليمية والدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي وهذا بالطبع يقودنا للحديث عن أبرز القيم الأخلاقية والمهنية للإعلام والصحافة من منطلق أن الالتزام بالمبادئ والمثل العليا يعزز مصداقية وقداسة الصحافة والإعلام معاً، ومن هنا فهذه أبرز القيم والمعايير الأخلاقية الإعلامية التي يجب أن تتوفر بالوسيلة الإعلامية والقائمين عليها وكذلك الرسالة الإعلامية هذا وقد اعتبر خبراء الإعلام أن أهم مبادئ وأخلاقيات العمل الإسلامي التي يتوجب على الوسط الإعلامي الالتزام بها تكمن في المعايير التالية:

١- المسؤولية:

إن مسؤولية الإعلام هي مسؤولية مقدسة لأن قدسيته تنبع من وظيفتها المتمثلة بإمداد الناس والجماهير بالمعلومات وتمكينهم من اتخاذ المواقف حول قضايا الساعة وعندما ينحرف الإعلاميون ويتجاوزن هذا المبدأ يساهمون في سوء استخدام سلطة الإعلام ويسيئون للعينة وبذلك يكونون جنحوا نحو مصالحهم الذاتية وهنا يكون الوسط الصحفي والإعلامي أخلّ بالثقة التي منحها لهم الرأي العام الذي اعتبرهم بمثابة المدعي العام والمحامي عن مصالحهم.

ماذا تعني المسؤولية؟

تعني المسؤولية حق الجمهور في معرفة ما يجري من أحداث لها أهمية خاصة أو عامة، وهذا المعيار حدد مسؤولية وسائل الإعلام ووظائفها تجاه الجماهير، كما حددت المسؤولية هدف وسائل الإعلام وهو وصول الأخبار والتقارير والتحليلات إلى الرأي العام لتنويره وتثقيفه والتأثير به، وهنا تبرز قصة الرقابة على وسائل الإعلام والأصل أن المجتمع هو الذي يمارس عملية الرقابة على ما تنشره وسائل الإعلام وأن أي انتهاك بحقوق الجماهير والإساءة إليهم فإن الفيصل هو القضاء لكل ما يجري وأن المحررين والصحافيين والإعلاميين ينصبون حراساً على المنتج الإعلامي، وهذا

بحد ذاته يشكل افتئات على المادة الإعلامية وخاصة المواد الإعلامية التي لا تستهدف الحياة الخاصة للأفراد، بل إن المادة من منطلق أن المادة الإعلامية لها ارتباطات بوعي الإنسان وتقدمه وتطوره وبذلك يكون هؤلاء الرقباء على المنتج الإعلامي بمثابة كلاب الصيد وكلاب الحراسة ونحن نريد منهم أن يكونوا كلاب حراسة لكن بلا أنياب، وفي هذه الحالة تكثر التدخلات في المادة الإعلامية من حذف ومنتجة وتشويه وإضافة وتخرج المادة الإعلامية نتيجة كثرة التدخلات من كلاب الحراسة بلا معنى ولا مضمون، من جهة أخرى فقد اعتبر كبار الصحافيين أن وظيفة الصحافة والإعلام هي بمثابة سفينة واقية للحكومة، ولكن هذا المبدأ تغير إلى محاولة هز سفينة الحكومة، وهذا المبدأ يرفضه رؤساء التحرير سواء من قريب أو بعيد، وهنا تطرح السؤال التالي وتحقق:

ما القيمة الأخلاقية للمسئولين على ضوء هذا الموقف؟

اعتقد أن المسؤولية تستطيع ولا يمكن أن تمارس وسائل الإعلام النقد على الهيئات الحكومية والأهلية ولا يمكن معالجة الاختلالات التي تحدث في أجهزة الدولة والمجتمع معاً فمن حق الصحافة والإعلام أن تقوم بمسؤوليتها على أكبر وجه وما المانع بأنها تهز شعبية الحكومة إذا كانت المعلومات التي تنشرها الصحافة ووسائل الإعلام صحيحة وصادقة[39].

٢- حرية الإعلام:

تعني حرية الإعلام الحق في نقل الأفكار والآراء والمعلومات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة في الشؤون العامة وصالح المجتمعات.

إن حرية الإعلام هي مقدسة كقدسية الشعب وعلينا جميعاً واجب الدفاع عنها ضد أي ممارسات وانتهاكات فاضحة من أي جهة كانت حكومية أو أهلية، ومن هنا فعلى الإعلاميين أن يكونوا مقاتلين في الصف الأول للدفاع عن قلعة حرية الإعلام ضد كل من يحاول أن يتعدى عليها لأنها حرية الشعب وأن الشعب عليه أن

يقف خلف رجال الإعلام الأحرار والشجعان ويعلن التغيير العام ضد أي انتهاك يمس حرية الإعلام وحريتهم أولاً.

ومن هنا فإن المجتمع كله معني بالدفاع عن حريات الإعلام والصحافة لا أن يترك هذه المهمة للإعلاميين لأن الوفاء لقدسية الصحافة هو فرض عين على كل إنسان.

إن أبسط حقوق الإعلاميين في ممارسة حرية الإعلام أن يكون لهم حضور في الشأن العام وأي منع يحول دون ذلك هو انتهاك خارج لحرية الإعلام، وأن أقوى الأسلحة التي يمكن أن تستخدمها الصحافة والإعلام لمواجهة أي هجوم تتعرض له وينتقص من حريتها هو الكشف الكامل عن هذا التهديد في وسائل الإعلام، مع التأكيد أن الجمهور الواعي يعي ماذا تعني حرية الإعلام لذلك عليه أن يتحرك ويقف خلف الإعلام[40].

٣- الصدق أو المصداقية:

الصدق قيمة إنسانية نبيلة وراقية أكدت عليه الأديان والفلسفات الإنسانية على مر العصور، وما زال هو العنوان الأول لكل مهنة إنسانية ولكل عصر وهو معيار الثقة الحقيقي لأي مهنة وهو نقيض للكذب والتضليل والتمويه والنفاق والمخادعة.

وقد اعتبر خبراء الإعلام بأن الصدق من أهم المهام الرئيسية في الميثاق الإعلامي سواء على مستوى الوسيلة أو على مستوى الإعلامي نفسه من منطلق أن تحقيق ثقة المستمع والشاهد معاً يشكل بعداً كبيراً في أخلاقيات العمل المهني والإعلامي الجيد، ومن هنا يجب أن نبذل الجهود والطاقات الخلاقة لضمان أن يكون المنتج الإعلامي للوسيلة دقيقاً وخالياً من الانحياز وفي نطاق الموضوع، وان تعطى القصة الإخبارية من جميع جوانبها، وبالمقابل فإن انتهاك هذا المبدأ الحيوي من مبادئ أخلاقيات المهنة سيجر نتائج خطيرة على مصداقية وسائل الإعلام والعاملين عليها وستعقد هذه المؤسسات هيئتها ووجودها ومصداقيتها، وأي خطأ يحدث من القائمين على هذه المؤسسات يتم من خلال الإعلان عنه مباشرة وعدم

التستر عليه من منطلق أن العمل الإعلامي يفترض الصواب والخطأ، أما الأخطاء المقصودة فهذه لا تسمى أخطاء في العمل الإعلامي بل هي عمل إعلامي منظم يهدف إلى تغيير سلوكيات الجمهور بسلاح الكذب وهذا ما نسميه بالدعاية الإعلامية السوداء أي الكذب المفضوح والغير مبرر.

ومن هنا فإن على الإعلاميين أو الصحافيين أن يعترفوا بأخطائهم ولا ضير في ذلك كي نصحح الصورة عن المؤسسة الإعلامية والعاملين بها من منطلق أنهم يكرهون أن يقروا بأخطائهم ويمارسوا عملية تبديد، وهذا ما يزيد الطين بلة ويدخل المؤسسة الإعلامية في فجوة كبيرة وعندها تتهم هذه المؤسسة بالتحيز والانحياز وبذلك تفقد المؤسسة الإعلامية مصداقيتها.

٤- الموضوعية:

وتعني ضرورة أن يتم بناء أي عمل إعلامي بأن ينطلق على أسس وقواعد وإجراءات وتغطية واضحة من خلال مقاييس محددة وعلى سبيل المثال متى يكون العمل المقاوم مقاوماً؟ ومتى يكون العمل الإرهابي إرهاباً؟ ومتى تكون التغطية عادلة؟ ومتى تكون غير عادلة؟

إن الإعلام معني بالدرجة الأولى بمعايير الموضوعية حتى يتمكن من تغطية نشاطاته وأخباره فمثلاً متى يكون الحكم ديمقراطيا؟ نقول عنه حينما يمارس معايير الديمقراطية وكذلك حينما نريد أن نقرر أن السلطة، انتهكت حقوق الإنسان نضع معايير انتهاك حقوق الإنسان ومتى التزمت هذه الجهات بحقوق الإنسان نشيد بهذه المعايير.

٥- الحياد:

وهو شقيق الموضوعية وهو من متطلبات العمل الإعلامي أي مطلوب من الإعلامي والمؤسسة معاً عدم إشراك الأيدولوجيا بالتغطية الإعلامية أو عدم الخلط ما بين الرأي والخبر وعدم بروز رأي إعلامي أثناء تغطية الخبر، نريد خبراً خالياً من المعتقدات الدينية والسياسية والتصورات والاجتهادات المسبقة، ولذلك فعلى

الإعلامي المحايد أن يبتعد عن التحايل والمخاتلة والمراوغة لإثبات حياديته أي أن المطلوب كتابة الخبر كما يشاهد لا كما تؤمن به[41].

٦- عدم الانحياز:

إن تعريف الانحياز هو تطابق قناعات الإعلامي مع قناعات الحدث، وهذا يعتبر من أكبر الانتهاكات التي ترتكب بحق الإعلام والإعلاميين فالأصل أن يبتعد الإعلامي عن التحيز والأخير يعني اختيار وسائل إعلام بعينها ونماذج مقصودة لإثبات مشروعية القناعات التي يؤمن بها الإعلامي أو المؤسسة ذاتها وهو من أخطر الكبائر التي ترتكب بحق الإعلام[42]، ولا يعني التحيز أن نسكت عن الأخطاء أو بالأحرى ليس معنى أن تصبح وسائل الإعلام غير منحازة وأن تسكت عن السؤال أو تمتنع عن الإعراب عن رأيها في تغطيتها لكن الأصل هو الممارسة السليمة والفصل التام ما بين الخبر والرأي.

ومن هنا فقد جرى سجال لفظي الاشتباك ما بين الخبر والرأي وخاصة خلال الخمسينات والستينات من القرن الماضي مع ظهور التقارير الإعلامية والصحافية التفسيرية للأحداث، وألوان أخرى من الإعلام الحديث ولم يكن الحوار والسجال سهلاً بل وصل الجدل في المناطق الرمادية وخاصة عندما يختلط الخبر بالرأي والإعلام والدعاية أكثر من الحوار حول السبل الكفيلة لوقف حالة التراشق والفصل بينهما.

كما أنه ومنذ فترة الأربعينات من القرن الماضي جرى تحذيرات من أنه لم يعد كافياً تغطية الحقيقة بصدق، ولكنه من الضروري الآن تغطية مدى صدق الحقيقة التي يتناولها الخبر وفي هذا العدد يقول الصحفي الأمريكي في النيويورك تايمز جيمس استون لا نستطيع أن ننشر الحقيقة بشكل مجرد فقط بل علينا أن نفسرها ولذلك فإن البحث عن المثالية في الموضوعية هو بعيد المنال لكن الموضوعية النسبية وليس المطلقة فهي متطلب واقعي للتغطية، وهذا الكلام يعني أن المثالية الموضوعية أصبحت من الماضي فلا يعني إذا لم تتحقق أن تتخلى عنها خاصة بعد ان أصبحت الأحداث والأخبار متداخلة مع المصالح، والإعلامي تبدأ مسؤوليته من خلال

تفسير هذه الأخبار وعرض الرأي الآخر للخبر والوجه الآخر للخبر وهذا هو الخلط بعينه، ولذلك من أهم شروط الخبر أن يكون واضحاً وليس ملوناً وأن يكون مجرداً من المصطلحات التي تقبل التأويل(43).

٧- الأمانة:

على المؤسسة الإعلامية والإعلامي معاً مراعاة هذه القيمة أي أن يتم تغطية الحدث بكل أمانة على نقل الحقيقة وعدم الاستقراء بها وبيعها ودفنها واختطافها لأن معيار الأمانة هو من أهم معايير احترام الرأي العام في أن يعرف ماذا يجري ولذلك فإن الإعلام الذي يقدس قيمة الأمانة عليه أن يبتعد عن الأفراد والجماعات والهيئات التي تمارس التضليل والخداع والفساد، وعلى الإعلاميين أن يبتعدوا عن معارك تشابك المصالح فمصلحة الإعلام يجب أن تصب في مصلحة الرأي العام وليس المنافع والمكاسب، ولذلك يجب مطالبة وسائل الإعلام أن تبتعد عن رجال المال والإعلانات بل أن يتم الفصل في المؤسسة الإعلامية فصلاً كاملاً ما بين التدخلات المالية والتحررية من منطلق أن هذه الوسائل تسعى جاهدة للوصول إلى الحقيقة والابتعاد عن المواقف المتشنجة والمواضيع المثيرة للجدل، وعلى هذه الوسائل أن توفر خبراً لتبادل الآراء والنقد والتعليق ويجب على الوسيلة الإعلامية أن تنشر الأخبار التي تتصادم مع مصالحها الخاصة وأن لا يكون للإعلان مساحة على حساب المادتين الخبرية والتفسيرية .

٨- الاستقلالية:

أي أن لا يكون للمؤسسة الصحافية أي مصالح متبادلة مع الجهة التي يتم تغطية نشاطاتها، ومن هنا فإن الإعلاميين مطالبون بالالتزام وتجنب التصرفات الغير أخلاقية والغير لائقة أو الظهور بمظهر غير لائق، وعلى الإعلاميين تجنب أي تضارب بالمصالح أو ما يدل على التضارب وعليهم أن لا يقبلوا الهدايا ولا يسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر في استقلاليتهم وأماناتهم.

بعبارة أخرى فإن: الاستقلالية تتطلب أن يكون الإعلامي والصحفي مستقلاً استقلالاً كاملاً عن المؤسسة التي يريد أن يغطي نشاطاتها وأن يكون مستقلاً استقلالاً إدارياً ومنهجياً ومالياً وأيديولوجيا.

نماذج المواثيق الإعلامية الدولية

نتيجة للتطورات الإعلامية المثلى ظهر العديد من المواثيق والقوانين سواء على المستوى العملي أو الإقليمي أو الدولي عن أخلاقيات الإعلام وأبرز هذه المواثيق ما يلي[44]:

أولاً- المواثيق الإعلامية الدولية:

تناولت هذه المواثيق عدة جوانب وأبرزها ما يخص حرية الإعلام وحرية المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الإعلامية حيث انطلقت هذه التشريعات من معطف الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في التاسع من سبتمبر ١٩٤٨، وخاصة المادة التاسعة عشرة والذي ينص على ما يلي: لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها، وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية.

أما ما يخص الحرية والمسؤولية الإعلامية فجاءت صلب هذا المحور في العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الصادرة ١٩٦٦ والذي تتناول ما يلي:

١- لكل فرد الحق في اتخاذ الآراء دون تدخل.

٢- لكل فرد الحق في حرية التعبير، وهذا الحق يشمل البحث عن المعلومات أو الأفكار من أي نوع واستلامها ونقلها بغض النظر عن الحدود، إما شفاهة أو كتابة أو طباعة وسواء كان ذلك في قالب فني أم بأي وسيلة أخرى يختارها.

٣- ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها في هذه المادة بواجبات ومسؤوليات، وكل ذلك فإنها تخضع لقيود معينة ولكن فقط بالاستناد إلى نصوص القانون والتي تكون ضرورية لتحقيق ما يلي:

١- احترام حقوق وسمعة الآخرين.

٢- حماية الأمن الوطني أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاق وعلى الرغم من وجود العديد من المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات العامة إلا أن هذين النصين "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي بالحقوق الدولية والسياسية قد تم اختيارهما لما يتمتعان به من سمعة الالتزام على المستوى الدولي وإقرارهما لحرية الإعلام، وفي الوقت نفسه تدعيم هذه الحرية بالمسؤولية الإعلامية المرتبطة بالأخلاقيات الإعلامية في ممارسة المهنة.

ثانياً- ميثاق الشرف الإعلامي العربي:

حيث وضعت الحكومات العربية ممثلة بوزراء الإعلام العرب ميثاق شرف للإعلام وهو عبارة عن مجموعة من الأطر العامة لأخلاقيات الإعلام في جميع الدول العربية وتشكيل هذا الميثاق من ١٥ مادة، فقد تناولت المادة الأولى والثانية المبادئ العامة، والمواد من الثالثة ولغاية الحادية عشر واجبات الحكومات والمؤسسات.

مواد مواثيق الشرف العربي الإعلامي:

١- يقوم الإعلام على حقين أولهما حق التعبير وثانيهما حق الإطلاع وهو يكمن بالتالي في صلب كل نشاط إنمائي على صعيد المعرفة والثقافة والتربية، ولذلك يتعين عليه تعميق القيم الدينية والأخلاقية الثابتة والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري، وأن ينشر الحقيقة المجردة في خدمة الحق والعدل والخير ويسعى إلى شدّ أواصر التعاون، وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً في المجتمع العربي والدولي.

٢- إن حرية التعبير شرط أساسي للإعلام العربي الناجح وهي مكسب حضاري تحقق عبر الكفاح الإنساني الطويل وهي جزء لا يتجزأ من الحريات الأساسية

المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، ومن هنا فقد اعتبر الشارع العربي أن المسؤولية هي شرط أساس لممارسة الحرية بحيث لا يتجاوز على الآخرين.

أما مواد المادة الثالثة حتى الثالثة عشرة فقد تناولت الأمور التالية:

١- تتحمل وسائل الإعلام العربية مسؤولية خاصة تجاه الإنسان العربي وهي تلتزم بتقديم الحقيقة الصادقة له لخدمة قضاياه، وأن تعمل على تكامل شخصيته القومية وتنميته فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً، وإظهار حقوقه وحرياته الأساسية وترسيخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الخلقية الأصلية.

٢- تحرص وسائل الإعلام العربية على رفض التمييز العنصري والتعصب بجميع أشكاله وهي تناضل في سبيل المبادئ العادلة وحق الشعوب في تقرير مصيرها وحق الأفراد في الحرية والكرامة.

٣- يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة في تأديتهم لرسالتهم ويمتنعون عن إتباع الأساليب التي تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب مع احترام سيادتها الوطنية وعدم التدخل بالشؤون الداخلية وعدم تحويل الإعلام إلى أداة التحريض على استعمال العنف.

٤- يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والموضوعية في نشر الأنباء ويمتنعون عن اعتماد الوسائل الغير مشروعة في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد ويحافظون على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطني والقومي.

ومن هنا فإنني أؤيد هذه المواد ولكنني أتحفظ على المادة الثالثة وخاصة الفقرة (وعدم تهويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف) وورود مصطلح العنف يعني أن المقاومة السياسية والمسجلة لمواجهة الاحتلال الأجنبي تأتي ضمن هذا التحريض ما أريد قوله يجب تعديل هذا النص بحيث يعتبر أن أعمال المقاومة

مشروعة ولا تعتبر ضمن بند العنف لأن الأخير يشوه مصطلح المقاومة ويعتبرها غير مشروعة ويلصقها بالأعمال الإرهابية.

ثالثاً- ميثاق الشرف الإسلامي:

انطلق هذا الميثاق من ديباجة ومنطلقات العمل الإعلامي الإسلامي واشتمل على ستة عشر بنداً، وقد تضمنت الديباجة ما يبرر خصوصية هذا الميثاق لأخلاقيات المهنة والتي تنطلق من المنهج الإعلامي الإسلامي فهو منهج يستمد مشروعيته من الكتاب والسنة والتراث الإسلامي، وأن الإسلام منظومة من القيم تجسد مجموعة متكاملة من المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية تشكل في مجملها منهجاً للحياة من منطلق أن الإسلام منهج الهوية الثقافية.

وأبرز منطلقات هذا الميثاق هي:

١- أن الإعلام في جوهره كلمة طيبة تستهدف الفرد والجماعة.

٢- الإعلام هو حق من حقوق المسلم في أن يعلم ويتعلم ويعلم عنه.

٣- وسائل الإعلام متحررة من أي سيطرة أجنبية.

٤- التأكيد على قيم الحرية والإبداع هي الهدف الأساسي من وراء خلق الإنسان بعد عبادة الله.

٥- الصدق على المستوى الدولي: من خلال تعميق العلاقات الودية بين الشعوب القائمة على المحبة والتعاون بقصد تكوين مجتمع إنساني متكاتف متماسك متآلف.

المبادئ التي انبثق منها الميثاق الإسلامي:

١- في مجال الدعوة الإسلامية على الإعلام أن يسلط الضوء على ثلاثية "العقيدة والشريعة والأخلاق".

٢- الأصالة والمعاصرة: أي التمسك بالأصالة التي تربطنا بجذورنا وقيمنا الإسلامية وتراثنا العريق بمعطياته الإيجابية والحرص على مواكبة الحداثة والانفتاح على الحضارة الإنسانية.

٣- الصدق والموضوعية والالتزام بهما.

٤- الالتزام بلغة أدب الحوار القائم على الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن.

٥- الالتزام بالتضامن الإسلامي وطلب العلم ومحاربة الخرافة والتشاؤم والحث على العمل والإبداع والدفاع عن اللغة العربية والإسلام، واحترام الأسرة والاهتمام بقضايا المجتمع والدفاع عن صورة الإسلام والمسلمين والحفاظ على نصاعتها والتعامل مع القوى الإسلامية بروح عالية.

هوامش الفصل الأول:

(1) مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب الإعلامي، بسام المشاقبة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٧٥- ١٧٦.

(2) الإعلام السياسي والإسلام: د. موسى الكيلاني مؤسسة الرسالة، سنة ١٩٨٥م، ص٥.

(3) الحرب الإعلامية، نموذج حزب الله، د. عامر شموشي، ص ٢٩.

(4) الإعلام العربي، واقعه وأبعاده ومستقبله، د. خالد رشيد الشيخلي، ص٥٦.

(5) مرجع سابق، ص٥.

(6) مرجع سابقن ص٣٠.

(7) مائة سؤال عن العلاقات العامة والإعلام والإعلان، طلعت همام، دار الفرقان ص٧.

(8) مدخل نظري وعملي إلى الصحافة اليومية والإعلام،سامي ذيبان، ص٧٨.

(9) مرجع سابق، ص ١٧٠- ١٧٥.

(10) مفهوم الخطاب الإعلامي العربي، د. حميدة، ص ١٠٧، وكذلك انظر مؤلفنا مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب ص١٧٦.

(11) مرجع سابق، ص١٨٠- ١٨٤.

(12) من سرق المصحف، د. رفعت السيد، مكتبة مدبولي، ص ١٣.

(13) انظر كتابنا مناهج البحث الإعلامي.

(14) فلسفة الإعلام العربي، عامر حريز ، شبكة الانترنت.

(15) السياسة من وراء إستراتيجية، د. فاضل محمد زكي، الموسوعة الصغيرة، عدد ٧٨، دار الحرية ١٩٨١، ص١٥- ١٦.

(16) مرجع سابق، ص١٦- ١٧.

(17) المصدر السابق.

(18) مرجع سابق.

(19) منشورات مركز الدراسات السياسية الإستراتيجية على شبكة الانترنت.

(20) مدخل نظري وعملي إلى الصحافة اليومية والإعلام، سامي ذيبان، دار المسيرة، ١٩٧٩، ص٤٤- ٥٩.

(21) الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات العربية، هيثم الهيتي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص١٢٦- ١٢٧.

(22) مرجع سابق، ص ١٢٨ ولمزيد من الاطلاع، انظر من ص١٢٩- ١٣١.

(23) مرجع سابق، ص١٣١.

(24) الحرب الإعلامية، د. عامر مشموشي، ص٢٩.

(25) المصدر السابق.

(26) تحليل مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، ص١٥٣.

(27) استراتيجيات الخطاب ظاهر الشهري ص٤٠.

(28) مرجع سابق، ص١٨١، ولمزيد من الاطلاع انظر مؤلفنا، ص١٥٦- ١٥٧.

(29) التحليل للنص الشعري، جيرار دولو ترجمة عبد الرحمن علي، ص ٢٥.

(30) مرجع سابق، ص ١٥٩- ١٦٠.

(31) مفهوم الخطاب الإعلامي، د. حميدة سميح، ص١٠٧، وانظر كتابنا.

(32) مرجع سابق، ص١٣٢.

(33) اخلاقيات العمل الإعلامي، د. حسن مكاوي ص١٤٤، الدار اللبنانية المصرية.

(34) انظر مؤلفنا، ص١٨٧- ٢٢٠.

(35) الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، إبراهيم العقباوي، الدار اللبنانية المصرية، ص١٩- ٣٢.

(36) أخلاقيات الصحافة، جون هاتيبلنج ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع ص ١٩- ٣٢.

(37) مرجع سابق، ص٦٣.

(38) مرجع سابق، ص٣٣- ٥٨.

(39) انظر مؤلفنا، ص٧١.

(40) مرجع سابق، ص٧١- ٧٨.

(41) أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية، إبراهيم العقباوي، ص٦٣٣.

(42) مرجع سابق، ص٦٢٢- ٦٢٣.

(43) مرجع سابق، ص٦٢٨.

(44) مرجع سابق، ص٦٢٨- ٦٢٩.

الفصل الثاني

الإعلام العربي - الخصائص والسمات

خرج الإعلام العربي بحالته الراهنة من معطف الثقافة العربية، وبما أن الثقافة العربية عانت من التركة والحقبة التاريخية، والتي استمرت منذ نهاية حكم الدولة الأموية ولغاية تفكيك الدولة في الوطن العربي على يد القوى الاستعمارية الغربية والذي توج بما يعرف بسايكس بيكو الكلاسيكية والنيوكلاسيكية، ومن هنا فالواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي كانت تعيشه الأمة العربية نتيجة للتركة التي سادت القرون المنصرمة السابقة وخاصة العهدين المملوكي والعثماني حيث ورثت الأمة واقعا عربياً مأساويا ومتخلفاً حيث نجم عنه مزيد من المأساة والمعاناة للشعوب العربية بسبب تراكمات استعمارية كبيرة جداً بدءاً من الحروب الصليبية وانتهاء بالاحتلالات الأجنبية المتلاحقة والقطرية الغربية والتي توجت بالحروب الصليبية الجديدة التي ازدادت ضراوة على العالمين العربي والإسلامي، فقد ساهمت السيطرة الاستعمارية ومازالت بوسائلها المتنوعة ومخططاتها العدوانية الإجرامية على كل قطر عربي وخداعها وتآمرها على ثقافة وحضارة الأمة العربية[1].

وهذا الواقع طبع أو صبغ الحياة الثقافية والاقتصادية والسياسية ونجم عنه واقع مختلف للحيلولة دون تقدم الأمة العربية للالتحاق ببرامج ودورة التقدم وعلى رأسها الإعلام العربي، فقد عانى ومازال يعاني منذ زمن تخلفاً كبيراً في ميادينه وضعفاً بارزاً في وسائله وأجهزته وفلسفته وإمكاناته المادية والتقنية ومحاربة للحرية والتحرر مما سبب للأمة العربية مواجع تاريخية كبيرة ومرعبة، ومآسي حقيقية، والإعلام العربي ليس هو المسؤول الأول عن التخلف بل هو أحد الأطراف التي عززت ثقافة الاستبداد والتخلف والسبب في ذلك أن السلطة العربية بعد مرحلة ما يسمى بالتحرر العربي وطرد الاستعماريين والامبريالية مارست نفس الدور الاستعماري فقد طردت جحوش الاستعمار وحولتنا إلى قطيع من البهائم والأغنام، ولذلك فمن خلال تحليل الخطاب الإعلامي العربي مع استثناء بعض التجارب الإعلامية الحديثة كبعض الفضائيات فإن مواقف الخطاب الإعلامي العربي توزعت على ما يلي:

أولاً- إنه إعلام معاد لطموحات الأمة العربية وحركة الثورة العربية فيها، فقد تبنت السلطة العربية ثقافة الاستبداد وحاربت الحرية والديمقراطية فكيف سيكون هناك إعلام متحرر وهو إعلام أحادي الطرح والتوجه، تقوده نظم سياسية شمولية استبدادية مارست أبشع أشكال الإذلال على الإنسان العربي وقهرته وسرقت خيراته ومقدراته.

ثانياً- على ضوء هذا الواقع المخزي والمزري أنجب للأمة إعلاماً ناصب الديمقراطية العداء وصمت عن التخلف الاقتصادي والتنموي، فكان شاهد زور ومازال عن الهزائم المتلاحقة سواء كانت هزائم على مستوى التنمية أو على مستوى العزائم العسكرية كان يكذب ويردد لا صوت يعلو صوت المعركة ولا صوت يعلو فوق صوت السلطة العربية الاستبدادية والتي اختطفت الأعلام وجيرته إلى مصالحها الآنية ووجهته كبوق يدافع عن السلطة ويقدسها ويقصي الجماهير بل ويحصيها بل ويعقمها لإبعادها عن معركة تحرير الأرض والإنسان وصدق الشاعر العربي الكبير نزار قباني في قصيدة له ألقاها في القصر الثقافي الملكي في الأردن عام ١٩٨٧ الحاكم يدق على الطبلة وجميع وزراء الإعلام العرب يدقون على ذات الطبلة وجميع وكالات الأنباء تضخم إيقاع الطبلة والصحف الكبرى والصغرى تعمل كراقصة في ملهى تملكه الدولة.

ثالثاً- الإعلام العربي هو إعلام رجعي يميني تحالف مع الحكومات الشمولية التي أطرمتنا في محاربة الاحتلال والاستعمار أو تحالف مع حكومات أطلق عليها حكومات وطنية ولكن للأسف هذه الحكومات ارتبطت مع الامبريالية العالمية والاستعمارية وتحولت إلى ذويل للمركز الامبريالي بل وتحولت إلى كلاب حراسة لحماية المصالح لحماية المصالح الاستعمارية فكيف سيتمكن الإعلام المضبوع من كشف زيف هذه النظم والحكومات وهو رهينة غير قادرة على إدارة ذاته.

رابعاً - الإعلام العربي ولد مشوهاً بسبب التشوهات التي سببتها السلطة العربية في كافة الميادين ولذلك فالإعلام العربي وقبله العقل العربي والفكر العربي والثقافة العربية إذا لم يكسروا قيود التخلف والتبعية فإن الأزمة ستزداد عمقاً، فأزمة الإعلام العربي ليست أزمة تخطيط وتنسيق وفقدان للاتجاه وللبوصلة، الأزمة هي أزمة

سلطة عربية ونظام عربي غارق في الاستبداد والقمع والتخلف الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والتربوي، لا يمكن للإعلام العربي أن يستعيد عافيته إلا إذا استعاد المجتمع العربي دوره وأصبح للإنسان العربي وجوده وخرج من دائرة الوصايا والتبعية.

عند ذلك تبدأ عملية تحرر الثقافة العربية وعلى رأسها تحرير السياسة والاقتصاد والإعلام، ومن هنا فقد اعتبر الخبراء الإعلاميون العرب أن الإعلام العربي ما زال يعاني من الأزمات التالية[2]:

١- ابتعاده عن التفهم الصحيح لرسالته في توعية الجماهير وفيما يجب أن يكون عليه من زاوية الصلة بواقعنا العربي ومستقبل ما يترتب عليه من كفاح ونضال، وفي ترسيخ الديمقراطية لعموم الشعب ليتخذ في ذلك سبيل التنسيق والتضامن ويكون وسيلة من وسائل الثورة الديمقراطية في جميع مناحي الحياة.

٢- عجزه عن تعرية حقيقة العدوان المزمن ضد الأمة العربية من قبل الصهيونية والامبريالية الكلاسيكية والجديدة، وعجزه عن فضح أهداف الصهاينة والامبرياليين العدوانية والمتعلقة بالمصير العربي والوجود العربي.

٣- التلكؤ في رفع مستوى أدواته ووسائله وأجهزته وتعبئتها بشكل جيد ومنسق وقوي وصحيح وألزمها في معاركنا لتؤدي مهامها الموحدة ضمن تخطيط علمي وفني وتقني بممارسات حديثة وتعاون إيجابي مثمر وفعّال ليحصل على الثقة والرعاية من الدولة والشعب وبالمناسبة فكان الجانب المادي ليس هو المعيق فالعرب يمتلكون ثروة هائلة جداً لكن المشكلة بالعقلية العربية.

٤- عدم السعي في تعميق وعي الجماهير وترسيخ القيم النضالية بما يناسب الواقع والظروف ورضا الصفوف لمجاملة الأعداد المتربضين بالأمة.

إن هذا العجز الإعلامي العربي هو امتداد كما أسلفنا للعجز الفكري والتربوي والثقافي والسياسي والاقتصادي فعندما نتخلص من العجز العقلي فإن الإعلام والثقافة سيتجاوزان ذلك حتماً.

وهنا نطرح السؤال التالي ماذا نقصد بالإعلام العربي؟

إنه الإعلام الرسمي والخاص ولا ننسى إعلام الجامعة العربية العتيدة والتي تحولت إلى مكان للاجتماع لا أكثر ولا أقل وفقدت دورها الذي كبل بالأحقاد

وجرى تكميم مؤسساتها وتحولت لمنبر لتجميع المآسي العربية، ولذلك فعنفوان الإعلام العربي ليس عاجزاً بل لأن الإعلام العربي غير موجود أصلاً حتى نتحدث عن تقصيره وعجزه بل يمكننا القول ؟ إن الغياب والإهمال والتهرب والاستخفاف بالدور الفاعل الحيوي والأساسي والضروري للإعلام في هذا العصر الذي هو عصر الإعلام المباشر والشامل والواسع بلا منازع[3].

الخصائص العامة للإعلام العربي :

إن أبرز الخصائص العامة للإعلام العربي تكمن في المحاور التالية[4]:

أولاً- التبعية للإعلام الغربي: إن الإعلام العربي عانى التبعية للإعلام الغربي بسبب سيطرة الغرب على مصادر الأخبار والأنباء وانحيازه المباشر لدعم الحركة الصهيونية والتي هي بمثابة مخلب قط أو هي بالأحرى كلب حراسة للمصالح الامبريالية في منطقتنا، وقد لعب الإعلام الصهيوني بسبب نشاطه المذهل في الأوساط الغربية في تضليل المجتمع الدولي، وبالمقابل فإن الإعلام مارس عملية الانكفاء والانغلاق، كما أن الأخبار التي تأتي للإعلام العربي مزينة ومفيدة له، وهي بالمجمل معادية للجماهير العربية ونضرب مثالاً على ذلك ما نشرته مجلة "لونال مال" الفرنسية حول اتجاهات الشباب الفرنسي ما بين ١٨- ٢٥ سنة، وقد وجه السؤال التالي للمبحوثين: في رأيك أي البلاد العربية التالية تشكل خطراً على استقلال فرنسا؟ فكانت الإجابة هي أمريكا، ألمانيا، الدول العربية. والملفت للنظر أن نسبة الدول العربية جاءت بنسبة ٣٢٪ والسبب في هذا التشوية سيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام الغربية ومنها الفرنسية وسنتحدث عن هذا التأثير في الصفحات القادمة.

ثانياً- إحجام بعض الأقطار العربية في استخدام خطاب إعلامي متطور جداً لدحض هذه المزاعم وهذه الافتراءات.

ثالثاً – عدم توظيف وتطوير وسائل الإعلام العربي في مخاطبة الشعوب والحكومات الغربية والتحدث إلى عقولهم وقلوبهم والتأثير عليها بلغة الشعور بالمسؤولية الإنسانية وبالمنطق المستقل فكرياً وثقافياً، وعدم استقراء الرأي العام العالمي أو التقرب منه بالتحليل الواقعي وعرض الحجج المعززة بالأسانيد والأرقام بأسلوب علمي.

وهذا التراجع وتلك التبعية في الإعلام العربي تعود في الحقيقة إلى:

١- غياب التخطيط والتفكير الاستراتيجي بشكل مطلق وخاصة في الخارج وإذا وجد فإنه يفتقر إلى الوسائل المتطورة الفعالة والاعتمادات المالية الكافية وتوفير الكادر الإعلامي العربي ويبدو أن المعضلة تم حلها الآن ومع ذلك لم يحدث التطور المرجو منه إلا على مستوى قليل جداً.

٢- ضعف النشاط الدبلوماسي العربي أو ما نسميه الإعلام الدبلوماسي في تسويق القضية العربية حيث أن التقصير الإعلامي والدعائي هو السبب في ذلك.

٣- الرقابة المشددة على وسائل الإعلام العربية وانتهاج سياسة إعلامية شمولية ساهمت في حبس الحرية، وبذلك فإن ما تريده السلطة العربية والنظام العربي هو المسموح ببثه فقط.

٤- اعتماد الخطاب الإعلامي العربي كعادته على الخطاب الحماسي والعاطفي والشعارات الرنانة والابتعاد عن الخطاب العقلاني الذي يعتمد على العقل والحكمة والابتعاد عن التهويل والمبالغة.

٥- غياب الكوادر الإعلامية المدربة والمقاتلة على الصعيد الفكري والثقافي، وهذه الكوادر سبب غيابها عن الإعلام هو بسبب سيطرة الحكومات على الإعلام وربطها بالأجهزة الأمنية فالأولى مهمتها قمع العقل والثانية قمع الجسد، ولذلك فإن معظم العاملين بالإعلام العربي هم

المعزولون عن واقع الأمة وهم أشخاص لا يملكون المشاريع الإعلامية والفكرية للدفاع عن الأمة، أما الإعلامي العربي فوجوده في ساحات العمل الإعلامي فهو المفكر والمبدع وليس الموظف الذي دخل إلى الجهاز الإعلامي ليعيش أو ليعتاش منه ولذلك لا يهمه فحوى الرسالة الإعلامية بمقدار ما يهمه مرتبه ومعاشه.

٦- سيادة العواطف واللامبالاة بينما العقل الإعلامي المعادي اعتمد على العقلانية والمنهج العلمي والبحث العلمي.

٧- عدم وجود إستراتيجية عربية إعلامية واضحة تجاه ما يجري للأمة من انكسارات وبالرغم من وجود بقايا استراتيجيات عربية فإن الأمة السياسية والاستبداد والقهر والتخلف والضياع وتبرير الذرائع وتثبيت الوقائع السيئة شمّع هذا الإعلام، وفرز خطاباً إعلامياً لا يؤمن بالثورة والتغيير بل بالتطبيع مع التوريث المعطل للحياة.

٨- ابتعاد الإعلام العربي عن تطبيق مناهج البحث الإعلامي وعدم تطبيق النظريات الإعلامية التي تعتمد على البحث الإعلامي الرصين الذي يستند إلى وسائل البحث العلمي والإعلامي، وغياب النزعة الإعلامية المبدعة والمبتكرة، بينما الإعلام الصهيوني كان له استراتيجية محددة وواضحة وشاملة عن العرب من حيث تاريخهم وتفكيرهم الساذج.

٩- عدم اهتمامه بما يجري في ساحات الإعلام الدولي، ولذلك يمكننا وصف الإعلام العربي بأنه إعلام نائم ومسترخي وغير مستيقظ للأحداث التي تجري بل يمكننا القول أن الإعلام الآخر المعادي هو الذي يعد للإعلام العربي منتجه ورسالته وهذه هي المصيبة بعينها.

١٠- غياب الحرب النفسية عن أدبيات ومرجعيات الإعلام العربي من أجل اختراق الإعلام الصهيوني المعادي من جهة واختراق الجبهة الداخلية،

وكذلك لم يهتم هذا الإعلام بدراسة مكونات المجتمع الصهيوني، والتعرف على التناقضات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بحيث يعزز هذه التناقضات، وخاصة ما بين المتدينين والعلمانيين أو ما بين اليهود الشرقيين والغربيين أو ما بين اتجاهات أنصار التسوية والمواجهة العسكرية.

١١- عدم التنسيق ما بين المنظمات العربية المعنية بالإعلام العربي وخاصة نقابات الصحفيين العرب وأجهزة الإعلام الرسمية فكل جهاز إعلامي له سياسته الخاصة، ولذلك تجد أن هذه الأجهزة تشن حروباً إعلامية عربية – عربية- بينما الإعلام الصهيوني يصول ويجول في الأجواء الغربية ويعطي صورة عن الواقع العربي المتخلف بل يكاد يكون المصدر للإعلام العربي بسبب هذا الواقع المزري.

تشريح الإعلام العربي :

أشرنا في السابق إلى أن السلطة العربية لمرحلة ما بعد الاستقلال الوطني أي ما بعد الاحتلال خلال المرحلة الممتدة من العشرينات إلى الستينات من القرن الماضي أي منذ أن اعتلت القوى التي تسمى بالوطنية سدة الحكم بعد مرحلة ما يسمى بالاستقلال حيث حرصت أغلب الدول العربية بما فيها الدول التي انحازت إلى المنهج الرأسمالي على عدم تطبيق تجربة الإعلام اللبرالي وازداد هذا الحرص فيما بعد انتشار الإعلام المسموع والفضائي، وما ترتب على ذلك من تبدلات في الاتصال الجماهيري(5).

وخلال هذه الحقبة ظهر في أدبيات الإعلام ما أطلق عليه إعلام الدولة حيث تبنت السلطة العربية كما أسلفنا في مرحلة ما بعد الاستقلال الوطني

بالترويج لهذا المصطلح الإعلامي والمسمى بالوطني أو ما يسمى بإعلام الدولة حيث انطلقت قناعة الدول العربية بأن هذا النموذج يشكل حيثية تاريخية فرضتها مرحلة التطور الاجتماعي والاقتصادي والظروف السياسية والقومية والإستراتيجية الناجمة عن واقع التجزئة والاحتلال الأجنبي الامبريالي لجزء من أراضي الأمة العربية، وهذا يعني من وجهة نظر منظري أيديولوجيا الدولة إقصاء الأفراد والجماعات عن الإعلام لكي تنفرد الدولة بالمسؤولية الإعلامية على اعتبار أن الشأن الإعلامي يقع في مجال المجتمع ولا يجوز تركه للمبادرات الخاصة كغيره من الأنشطة والمشاريع.

إذ أن المرحلة التاريخية من وجهة نظر الحكومات والأنظمة العربية غير عادية وأن لا صوت يعلو على صوت الدولة وإعلامها، وهذا بالضبط ما يريده كهنة السياسية إيصاله للناس بأن الظرف العربي الراهن يتطلب وجود إعلام غير عادي ينخرط في عملية التنمية والبناء ويسهم في تحقيق طموحات الأمة العربية، ومن خلال إلقاء نظرة إلى تركيبة الإعلام الوطني أو إعلام الدولة أو إعلام السلطة في معظم الدول العربية نجد أن مكونات هذا الإعلام لا تنسجم مع وصفه إعلام الدولة آنفاً من حيث الخصائص ولا من حيث الصفات لأن آليات تشكيل النظام العربي السياسي والاجتماعي والمسوغات التاريخية والفكرية والحقيقية التي استخدمت عبر عقود الاستقلال وفي مراحل انتشار الإعلام الإلكتروني هي نفس الظروف العربية والإقليمية والدولية التي ساهمت في صناعة النكبة ومن ثم النكسة وما نجم عنها من احتلالات وصراعات عربية وإخفاقات قومية، كل ذلك قدم الذرائع الكافية لكي يتمكن أحد أطراف الدولة ألا وهي السلطة التنفيذية من استقطاب الإعلام الجماهيري برمته وتعميق هذا الاستقطاب عقوداً لمواجهة معطيات المرحلة الحرجة أي لا صوت يعلو فوق صوت الدولة أو السلطة حتى فقد إعلام الدولة كل مقوماته وتحول إلى إعلام الحاكم أو إعلام السلطة الحاكمة[6].

من خلال ما تقدم ذكره برز خلال المرحلة السابقة ومازال مصطلح إعلام الدولة حيث ما زال يتردد على ألسنة العديد من السياسيين والإعلاميين فماذا نعني بإعلام الدولة؟

هناك اجتهادات كثيرة تجاه هذا المصطلح وهو الإعلام الموجود داخل الدولة سواء أكان إعلاماً رسمياً أو أهلياً والذي يقوم بتغطية كل نشاطات الدولة بكافة سلطاتها الثلاث "التنفيذية"، والتشريعية، والقضائية، ليس بهدف التأثير على الجماهير وإعطائهم الفرصة لاختيار الإعلام الذي يناسب توجهاتهم بل الإعلام من أجل الإعلام والتأثير في قناعات الناس كما تريد السلطة أي إعلام إقناعي فقط.

وهذا بالتالي يقودنا إلى أنماط الإعلام والمتمثلة فيما يلي[7]:

١- **الإعلام الرسمي:** وهو الإعلام الذي تملكه وتشرف عليه الحكومة وهو الحائط الفولاذي المعروف والذي يعكس السياسيات العامة للحكومة فهو إعلام يقع تحت دائرة الإعلام السلطوي لأن السلطة هي التي تحدد خطابه وموضوعاته وتوجهاته فهو إعلام أحادي الطرح يغيب الرأي الآخر، وهو رسمي لا علاقة له بالمجتمع وتطلعاته، وتغيب عنه الشفافية ويمتاز بالجمود والتخلف عن ركب التطورات التقنية ومهمته المحافظة على الوضع الراهن بل وساهم في الحجر على العقول والتستر على الفساد وكان له دور في احتكار الساحات وقد تآكل هذا الإعلام مع بروز بعض الفضائيات الخاصة "المنار، الجريدة العربية".

٢- **الإعلام الخاص:** وهو إعلام يعتمد على فلسفة اتجاهات مالكيه، وهو متقدم على الإعلام الرسمي لكنه أسير للسياسات الحكومية، والأهم من ذلك أن معظم مالكيه من رجالات الدولة والمرتبطين معها، ومعظم أنماط هذا الإعلام ربحي يركز على الترويج لثقافة الاستهلاك والترفيه، لكن ما يميز هذا الإعلام أو جزء منه عند الإعلام الرسمي أنه يمتاز بالشفافية والموضوعية وإثارة قضايا جادة وينطبق هذا الحال على الإعلام المهاجر وبعض الفضائيات التي أشرنا إليها.

٣- **الإعلام الأجنبي الناطق باللغة العربية** هذا نمط قديم من أنماط الإعلام وكان هو المصدر الرئيسي لمن كان يعتقد أنه يبحث عن الأخبار الصادقة وخاصة هيئة الإذاعة البريطانية وصوت أمريكا لكن هذا الإعلام فقد وجوده مع بروز الإعلام الفضائي وشبكات المعلومات وانتشار اللغات الأجنبية ويتمتع هذا الإعلام بهامش كبير من الحرية والتقدم التقني.

٤- **الإعلام الشعبوي:** وهو أحد أنماط الإعلام الخاص تنهض به مؤسسات المجتمع المدني وقطاعات متواضعة من الأنشطة المعارضة وهو إعلام ضعيف مادياً وتقنياً وانعكس ذلك الضعف على الحريات العامة.

إن الإعلام العربي بالمجمل باستثناء التجارب التي تحدثنا عنها ما زال إعلاماً منكمشاً ومأموراً وخاضعاً منذ بداياته لأنواع مختلفة من القيود الحكومية وتشريعاتها وإجراءاتها، فقد عاش تحت هاجس الخوف في إطار القوانين الطارئة والقوانين الاستثنائية حتى لو كانت تشريعات وقوانين في ظل ما يسمى بالنظم البرلمانية فإن هذه التشريعات تكون محشية بمواد صارمة قد يصل فيها الصحفي أو الكاتب إلى خلف القضبان، ومن هنا يطرح السؤال التالي: ما هو المطلوب من هذه الحكومات؟

إن الحكومات العربية مدعاة الآن وليس غداً إلى إعادة الثقة والعمل على زراعتها بشتى الوسائل الممكنة المبينة على الصراحة والشفافية والبحث والدراسة لدراسة العوامل التي تساهم في النهوض الإعلامي ودراسة كافة أسباب المعاناة التي تسببتها ظاهرة التخلف الإعلامي تلك الأسباب كانت واضحة للعيان والمتمثلة في انعدام التشيق والتخطيط فكل نظام عربي له سياسة إعلامية خاصة به لكن الضحية دائماً هم الشعوب بسبب ابتعاد الإعلام العربي عن تفهم آمال وطموحات الإنسان العربي ذاته.

لذلك فعلى الإعلام العربي إذا أراد أن ينخرط في معركة الأمة العربية أن يكون رديفاً للإنسان العربي في معركته المصيرية حيال كل أشكال الغطرسة والهيمنة ويجب أن يكون الإعلام رديفاً في معركة الكفاح والتحرير والنضال وفي

تخدير الديمقراطية، ومن جهة أخرى فقد شكل الإعلام ظاهرة ملفتة للانتباه ومع ذلك لا بد، وأن نفرق ما بين القدرة الإعلامية على مستوى الفضائيات وبين الخطاب الإعلامي الذي وضع له مكان تحت الشمس مستنداً إلى أرضية أي فهم دوره المطلوب منه إذا كان هناك إدراك وتحسس لطبيعة المخاطر التي تحيط بالأمة العربية، فالحالة التي يعيشها الإعلام العربي حالة حزينة ومأساوية بسبب ابتعاده عن معالجة قضايا الأمة المصيرية التي تمزق الأمة، وهذا الإعلام نجده مراوغاً ومخاتلاً ومفرغاً من التزاماته، وهنا نجد أن الإلزامية غير متوفرة في هذا الإعلام وبالمناسبة فإن هذه الخاصية هي مزدوجة بالنسبة للإعلام فتارة تستخدمها النظم الشمولية وتطلق بأن إعلامها ملتزم بتسويق الرأي الذي تريده السلطة وأحياناً تطالب به المعارضة السياسية بأن الإعلام يمكن أن يكون ملتزماً بقضايا الأمة والشعوب وخاصة من ملفات الأمة العربية هي ملفات استثنائية مزمنة تحتاج إلى خطاب إعلامي استثنائي ثوري هجومي يضع على رأس أولوياته الشعب العربي وطموحاته وآماله(8).

أسباب عجز الإعلام العربي :

اتفقنا عن أن الإعلام العربي قد يحجر عن الدخول في سوق الإعلام الدولي، حيث ظهر الإعلام العربي بأنه عاجز أمام هذا الإعلام خاصة وأن الإعلام الصهيوني والغربي قد مارس عملية عريدة في فضاء الإعلام العربي من خلال تزييف الحقائق وتشويه الشخصية العربية ضمن خطة دعائية محكمة مخترقاً عقل الرأي العام العربي لإحباطه وإخراجه مهزوماً مذعوراً من ساحة الصراع، فقد مارس الإعلام العربي وما زال يمارس دوراً سلبياً حيث أنكب الإعلام العربي وغرق في خطاب إعلامي مجرد يفتقر إلى فهم الواقع الاجتماعي والحضاري وظهر عاجزاً عن تفسيرات للوضع العربي وعاجزاً عن مواجهة الضغط الإعلامي الصهيوني والغربي وذلك للأسباب التالية(9):

أولاً- مشكلة الأصالة: ونعني بها مشكلة تحديد الهوية أو تعريف الذات، وبما أن كل تعريف هو نفي في حد ذاته بمعنى أنه في مواجهة "الأنا" يوجد الآخر أو

أنه بالنظر إلى الآخر يجب بأن نعرف أنفسنا فإنه كان يتعين أن نحدد موقعنا من الآخر الذي هو الصهيونية والغرب.

ثانياً- مشكلة الاستمرارية: ونعني بها علاقتنا بماضينا أي معرفة المعاني والدلالات التي نعطيها لتاريخنا الطويل المزدحم بالنجاحات والإخفاقات على السوء، إن هذه المشكلة كان لا بد لها أن تأتي مباشرة بعد مشكلة الأصالة ذلك لأن الماضي عادة، يعطي للذات حضوراً ويمنحها الثقة بالمستقبل.

ثالثاً- مشكلة المنهج الفكري العام الذي ينطلق منه هذا الإعلام إن تحديد هذا المنهج سيتيح لنا أن نكتسب المعرفة وان نمارس الفعل وتتضمن هذه المشكلة الإجابة عن السؤال الجوهري الذي يتعلق بصلة العقل العربي بالعقل العالمي إذا صح التعبير قضية التفرد والعمومية بمعناها الواسع.

رابعاً- مشكلة أدوات التعبير، أي البحث عن أنسب أدوات التعبير التي تتيح لنا أن نعبر عن مرحلة التطورات الراهنة وأن نحصل على صورة موضوعية لحقيقة إمكانياتنا وقدراتنا، وحتى تكتب الصورة كل ملامحها الموضوعية لا ينبغي أن تشكل عن طريق إكساب الإنسان العربي وعياً زائفاً بقدراته الخارقة التي لا تحدها حدود ولا عن طريق الإيحاء إليه صراحة أو ضمناً بأنه كائن متخلف عاجز بحكم المكونات الأساسية لبنائه النفسي.

وفي ضوء ما ذكر على كافة الصعد العسكرية والفكرية والاقتصادية برز العجز العربي برمته فقد احتل الصهاينة فلسطين وأجزاء أخرى من دول عربية، بينما احتل الأمريكيون العراق وأفغانستان وتمكنت الحاكمة الغربية والصهيونية من خداع العالم بأن الهدف من احتلال أفغانستان من مكافحة الإرهاب بينما احتلال العراق لنشر الديمقراطية وتدمير أسلحة الدمار الشامل بينما الإعلام الصهيوني شرح أسباب احتلاله الفلسطيني من خلال مزاعم توراتية خرافية واحتلال جنوب لبنان عام ١٩٨٢ وكذلك حرب ٢٠٠٦، وكذلك حرب غزة ٢٠٠٨ بسبب تصفية الإرهابيين الفلسطينيون وتصفية حركات المقاومة المسلحة أي الحركات الإرهابية " حزب الله – حماس" وكان موقف الإعلام العربي في كلتا الحالتين

مخزياً لأنه يمثل المؤسسة الحاكمة ولا يمثل تطلعات الشعوب العربية حتى أن المعايير الإعلامية التي يجب أن يلتزم بها الإعلام العربي كالحيادية والمسؤولية والتوازن فقد مارسها بخجل في أحداث العراق وفلسطين ولبنان وهذا ما طبع واقع الإعلام العربي بأنه إعلام.

توازن الخطاب الإعلام العربي: طغى مصطلح توازن الخطاب في بعض وسائل الإعلام، وجاء هذا التوازن من منطلقات تبرر الظروف السياسية التي تمر بها المنطقة حيث تم تبديل المفردات المتعارف عليها بمفردات جديدة حتى يستطيع أن يخاطب نفسه بمساحة أوسع ولا يعرف من سيخاطب ، الأصل أن الإنسان العربي هو المستهدف بلغة الخطاب من خلال خطاب واضح المعالم والأهداف لا يعتريه الشك ولا التمويه ولا اللبس، يسمي الأشياء بأسمائها ويوضح موقفه المصيري من القضايا المصيرية التي يجب أن لا تخضع للتأويل والتحريف.

ومن هنا ونتيجة لانسحاب الإعلام العربي كما أشرنا خلال العقود الخمسة الماضية وأقصد الإعلام الرسمي وما زال منسحباً من ميادين الصراع والتأثير في مجرى الأحداث المحلية والإقليمية، أصبحت الساحة السياسية والإعلامية ساحة مستباحة للأمريكي والصهيوني حيث طغى الخطاب الإعلامي الغربي على طبيعة المشهد وتجاوز كل المحرمات، ومن خلال تأمل الصراع العربي الصهيوني وعلى سبيل المثال فبعد عام ١٩٤٨ شكلت بوزارة الخارجية الصهيونية فرقة إعلامية سميت بفرق الطوارئ هدفها الأول أن تطلع الرأي العام الغربي، وتقلب الحقائق وتحاول أن تقدم روايتها عن الأحداث التي جرت بفلسطين كي تستفيد من الوقت وتضع السواد الأعظم أمام روايات أخرى، وقد نجحت إلى حد كبير مجال المذابح التي مازالت تكتشف لغاية الآن وعلى سبيل المثال مذبحة أسرى الجيش المصري عام ١٩٦٧.

ومن جهة ثانية ففي الستينات من القرن الماضي وبمساعدة أمريكية غزت إسرائيل بأعلامها أمريكا وأفريقيا وبعض دول أوروبا الشرقية والغربية آنذاك لتعمم خطابها وتصدره بكل اللغات، في الوقت الذي كان العرب يبكون على الماضي ولا يقرؤون لماذا سقطت الأندلس وفلسطين والآليات التي يجب احترامها لصياغة رؤى

سياسة وإعلامية لمواجهة هذا الكم الهائل من القصف الإعلامي الصهيوني ظهر الذي يحتاج إلى فيالق وجيوش إعلامية لمواجهته، ومن هنا فإننا نرى أن هذا التمدد الإعلامي الصهيوني بصورة كبيرة في صناعة السينما في أمريكا من خلال تحولت لطرح قضايا لخدمة الصهيونية وتشويه الصورة العربية والإسلامية إلى دور النشر المنتشرة في العالم والتي تحولها القضايا التي تستفيد من ورائها بشكل يفوق التصور، وفي هذا الإطار لم يكن الإعلام العربي قادراً على التأثير وبدلاً من صياغة خطاب إعلامي متوازن أو متزن خضع الإعلام العربي للإملاءات الخارجية، ولذلك احتل الإعلام الصهيوني الساحة ليسبح ويمرح ويجول ويصول في فضاءات واسعة ويشكل ضغطاً لا يستهان به على مراكز صناعة القرار في عواصم العالم، ومن هنا فقد حققت الماكنة الإعلامية الصهيونية نجاحات كبيرة وبالمقابل غابت الرؤى الإعلامية العربية ولعل ما يمكن الحديث عنه هو مبادرات فردية محددة[10]، ومن هنا فإننا مضطرين للدخول في حلبة الإشكالية التي يعاني منها الإعلام العربي.

تكمن إشكالية الإعلامية العربي من عدم فهم دوره ووظيفته بل لقد تم تشويه هذا الدور من القيام بالأعمال الموكولة إليه وانحصر دوره في محاور تمييع ثقافة الإنسان العربي أو إلهائه، فالإعلام أصلاً يقدم على مخاطبة العقل لا الغريزة أو العاطفة ودوره يكمن في نقل صورة الإعلام الناجح لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة والإعلام لا يرسم سياسة الدول والدولة بل هو يعبر عنها، ومن هنا فقد أجمع الباحثون الإعلاميون بأن الإعلام العربي يواجه مشاكل عويصة أهمها[11].

١- الحيادية.

٢- الموضوعية.

٣- الحيادية الإعلامية.

ومن هذه المشاكل تفرعت مشكلتان عويصتان هما غياب الاستقلالية قياساً بما هو سياسي ورسمي وضعف الاستقلالية قياساً على الجهات الممولة.

ومن هنا فإن حيادية الإعلام تكون مستحيلة إذا أخذنا المشهد العربي فثمة ضغوط سياسية وإعلامية وشعبية وحزبية وأيديولوجية متعددة وأحياناً مجهولة

المصدر تجعل الإعلامي في وضع صعب جداً وهذه هي الحقيقة، حتى وإن كانت الحقيقة نسبية، والأهم من ذلك فإن الإعلام العربي ما زال متقوقعاً على ذاته أكثر من نصف قرن ومسيطراً عليه بالرغم من وجود نمطين إعلاميين هما الرسمي والأهلي.

أما بالنسبة للحيادية الإعلامية ما بين الخطاب الإعلامي وبين الثوابت الوطنية للأمة فإن الإعلام العربي انحاز إلى مبدأ الحيادية في قضايا الأمة وهذا يعتبر طاقة كبرى والسبب ليس هذا الحياد مرده لتقديس المهنة بل هو انصياع بالمعنى العام للخطاب السياسي العربي حيث أن الأحداث الساخنة العربية تستدعي من الإعلام، أن يكون نسبياً في الحياد وخاصة في العراق وفلسطين ولبنان ومن هنا برزت على الساحة العربية في الفترة الأخيرة الانتقادات الكبيرة للخطاب الإعلامي العربي ولولا وجود عدد ضئيل من الفضائيات العربية لحكم على الإعلام العربي بالموت المؤيد، وهذا بالطبع يقودنا إلى أبرز الانتقادات التي وجهت للإعلام العربي وخطابه الإعلامي.

أبرز الانتقادات التي توجه للإعلام العربي وخطابه الإعلامي:

لاحظنا فيما سبق أن الإعلام العربي يحتاج إلى نظام إعلامي جديد بدأت ملامحه تتشكل خلال الحروب الأخيرة التي جرت على أرض فلسطين ولبنان، وبالرغم من أن مؤشرات التفاؤل أصبحت مقبولة وخاصة بعد بروز ظاهرة الفضائيات المبدعة والجادة والانتشار المؤهل للمواقع الإلكترونية وبعض الصحف الجادة كالقدس والحياة، ومع ذلك فقد كان على جسد الإعلام العربي مجموعة من الإشكاليات والتحفظات والغموض الذي لفّ الإعلام وأدخله في دائرة الضبابية والغموض واستقرار في المنطقة الرمادية وأهمها:

١- التثبيت بدائرة المؤامرة.

٢- تضليل الرأي العام.

٣- تضخيم الانتصارات الصغيرة.

٤- خلط الخبر بالرأي.

٥- الخوض في تفاصيل الحروب دون تقديم فهم عميق وشامل لما يحدث.

٦- الركون إلى ثقافة التمني فضلاً عن السعي إلى إرضاء المشاهد العربي بالعزف على ما يرغب بسماعه ورؤيته.

٧- إخضاع الرسالة الإعلامية لعقلية الاستراتيجيين العسكريين وخاصة التحليلات غير الواقعية والتي لا تبنى على أرضية الواقع.

٨- تهميش أصحاب الرأي والفكر.

٩- المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام على المعلومة والخبر حيث طالب بعض النقاد بإعادة النظر فيها خاصة إذا جنحت عن طريق الصدقية والصحة والدقة في نقل الخبر للأحداث.

وهنا نطرح سؤالاً خارجاً عن إطار التغطية الإعلامية الداخلية، ما دور الإعلام العربي في مخاطبة الآخر الغربي؟

إن العالم العربي بأمس الحاجة أن يصل صوته إلى صناع القرار في العالم وليس إلى التباكي داخل الحدود العربية، وأن الدخول إلى عقل صناع القرار ورجل الشارع معاً لا يمكن أن يتحقق في ظل الرغبة الجامحة نحو التنافس الداخلي فقط ومحاولات الابتزاز، كنت أتمنى لو الكم الهائل من الفضائيات ومحطات الإذاعة ذات الإمكانيات الهائلة والطاقم المميز تمكنت من مخاطبة الآخر أكثر من الداخل العرب مقتنعون بشرعية قضاياهم الجوهرية والعرب عموماً أقل فاعلية في صناعة القرارات الدولية حتى تلك المتعلقة بمصيرهم وقضاياهم فلماذا لا نزال نصر على الخطاب الإعلامي المحلي في وقت ينبغي فيه التوجه نحو الخارج فمثلاً أمريكا لديها إعلام أمريكي ناطق باللغة العربية كقناة الحرة الفضائية وإذاعة سوا وترصد له مبالغ كبيرة تجاوزت ١٥٠ مليون دولار لتقديم خدمات إعلامية بلسان عربي وبفكر غربي أمريكي لتخاطب العرب بينما لا يزال الإعلام العربي يعيش غمرة الانفعالات العاطفية، ومع ذلك لا يمكن أن نتناسى البرامج التي تبثها قناة الجزيرة والعربية فقد كشفت الجزيرة بالذات عن حجم الفضائح الصهيونية والأمريكية التي ارتكبتها ومازالت ترتكب في العراق ولبنان وفلسطين.

كيف الخروج من هذا المأزق؟

هناك وصفات جاهزة غير قائمة على قراءة الواقع المعاش من خلال الدراسات الميدانية التي تواجه المخططين الإعلاميين وتتمثل في استغراقهم في دائرة الوصفات الجاهزة ودائرة الممكن والمتاح نقلوا المسؤولية من الأبعاد الإستراتيجية إلى واقع التعاطي المؤسسي والأداء المتكرر والتقليدي، وهي مؤشرات لا يمكن أن تخدم الإعلام العربي ولا تساعد على الخروج بخلاصات ذات جدوى في رسم المستقبل للإعلام، ومن هنا لا بد من الإشارة إلى ظاهرة التراشق الإعلامي التي تجري على ساحة الفضائيات العربية وحول محاور عدة أهمها الانحياز والموضوعية فكل فضائية تعتقد أنها تلتزم بمعايير المهنية الإعلامية وكلها تقع في دائرة الشد والجذب والتي تقدم إعلاماً يواجه طفرات حقيقية في ظل المتغيرات الدولية والإقليمية، وتقرر معه تلك الانتقادات تحصيل حاصل لسبب أساسي هو نزعة الإعلام العربي للتكييف مع الوقائع الجديدة والعوامل المستجدة والذي لا يملك خياراً سوى التسليم بها والتعاطي معها في ظل غيبوية استقلال الرؤى وفي مسألة تغيب عن الأذهان، ومن هنا ومن خلال تحسس الخارطة الإعلامية لاحظنا أن الإعلام العربي يعاني من جملة من الإشكاليات الجديدة وهي(12):

١- أنه إعلام مطوق بالمتغيرات والعواصف السياسية.

٢- عدم الاستقرار السياسي بالمنطقة.

٣- الانقسام والتناصر بين قوى التسوية وقوى الممانعة والمقاومة، وبين العلمانيين والمتدينين أو ما بين المحافظين والليبراليين.

٤- تناصر قوى الاستبداد مع قوى الشد العكسي ضد قوى الديمقراطية ومؤسسات المجتمع المدني.

كل هذه التحولات طرأت على الإعلام العربي والتي تستوجب خطاباً واعياً وعقلانياً وتطلب استعداداً موضوعياً لرسم استراتيجيه إعلامية عربية تفرض وجودها وسط العواصف ووسط الاستراتيجيات وعلى رأسها الاستراتيجيات الصهيونية والتي

تعتبر نفسها ذات القوة والنفوذ فمثلاً الجيش الإسرائيلي لا يقهر فقد بنت الصهيونية هذا الخطاب الدعائي على ضوء حروبها المتلاحقة مع العرب وخاصة حروب ١٩٤٨، ١٩٦٧ ولذلك نشط الإعلام الصهيوني في تضخيم صورة امبراطورية إسرائيل وتضخيم القوة الصهيونية وتقليل قيمة الزعمات العربية فما هو إسرائيل شاماك الإعلامي الاستراتيجي يقول(13) عن إسرائيل تحولت إلى يهودية يساندها الحكام العرب كخدم وكعمال.

الإستراتيجية الإعلامية العربية أين هي؟

وأين هي الفلسفة الإعلامية العربية، سوف نتحدث أولاً عن الفلسفة الإعلامية العربية:

المتابع الحصيف لطبيعة الفلسفة الإعلامية يجد أن الإعلام العربي لم يخرج عن إطار فلسفة السلطة العربية والتي انطلقت من فلسفة السلطة الشمولية الاستبدادية التي لا تؤمن إلا بالتفكير الأحادي، والإعلام العربي هو المحطة الشرعية للسلطة العربية كما تقول أبواق هذه السلطة ومن هنا فإن الإعلام العربي ينتمي إلى فلسفة السلطة أو المذهبية السلطوية(14).

ومن هنا فإن أهم ما يميز فلسفة الإعلام العربي أنها تؤيد التجهيل السياسي وحجب المعلومة ويرجع ذلك إلى طبيعة النظام السياسي العربي الحاكم فهو إما نظام التبعية للأجهزة الرسمية أو الخضوع لسيطرتها ورقابتها.

فهذا يعتمد على سياسة الحجب للمعلومات أو الكشف عن المناسب منها، وهذا يعكس طبيعة النظام السياسي العربي الذي وصفناه بأنه نظام استبدادي شمولي يقع تحت مظلته معظم النظم العربية أو قل كلها أو جلها حيث تسيطر هذه الأنظمة على الإعلام سيطرة مركزية ويكون دور الإعلام ترويجياً وتعبوياً ودعائياً يعبر عن سياسة الحكم والحاكم لتحقيق مصالح هذا النظام أو ذاك من خلال الترويج لعقيدته السياسة ومتجاوزاً المصالح العامة للمجتمع ويستخدم هذا الإعلام التضليل والأكاذيب محاولاً تزييف الحقائق من خلال ما يقوم به هذا الإعلام

لمصلحة الأمة والشعب من منطلق أن مصلحة الحاكم العربي هي مصلحة الأمة، وعلى ضوء ذلك فإن الإعلام العربي يمتاز بما يلي:

١- إن سياسات الاتصال والإعلام لا تستند على خطط واستراتيجيات طويلة المدى.

٢- تفتقر هذه السياسات إلى أساس علمي إعلامي من المعلومات والوثائق والأبحاث والميزانيات وهي وسائل دعائية للنظام وليست وسائل إعلام للمجتمع حيث تبتعد عن الموضوعية والعلمية وتنحو إلى الارتجال.

٣- الإعلام العربي هو إعلام رأسي من أعلى إلى أسفل وذلك يرجع إلى مركزية وتوجيه دعائي والذي يخدم رأس النظام.

٤- يساهم هذا الإعلام بترسيخ أركان السلطة العربية المستبدة وتحوله إلى كلب حراسة لهذا النظام أو ذاك، فالسلطة الأمنية والعسكرية تمارس قمع الشارع بقوة الهروات والعضلات "القمع بالكاراتيه" والإعلام يمارس القمع بفرض رأي الحكم والحاكم من خلال الخطاب الدعائي الذي يستعمل عادة أسلوب التضليل والكذب أو بعبارة ما نسميه "بالقمع الثقافي" ومن هنا وكما يقول د. عامر زيد فإن فلسفة الإعلام العربي ساهمت في خلق وترسيخ قيم سلبية مرتهنة لهذا الإعلام(15)، ومن هنا فقد نتج عن هذه الثقافة ما يلي:

١- جثمت السلطة السياسية العربية على صدر الجماهير العربية بفعل هذا الإعلام وحالت دون ولادة إعلام مقاوم للسلطة، وقد نجم عن هذا الخطاب السياسي والإعلامي بفضل الإعلام العربي أن ترسخت القيم الأحادية أو الواحدية السياسية والإعلامية والفكرية حيث استندت هذه القيم الأحادية على التمركز حول الذات وعدم الاعتراف بالرأي الآخر أي تأكيد تصنيم الحاكم المستبد وتحول هذا الحاكم إلى مقدس وإله يعبد لدى عامة الناس.

٢- انتشار قيم الخوف وبالتالي تقديس الحاكم وتعظيمه.

٣- غياب الديمقراطية والمساءلة والمحاسبة والمراقبة وتلاشيها.

٤- القبول التام بهذا النظام المستبد، وأن الإنسان العربي لا يمكن أن يحكم إلا بالعصا والكرباج والقهر وظهر في أدبيات العقل العربي والإعلام العربي

تأبيد الحاكم العادل المستبد أي الإذعان لعقل السلطة وفلسفة السلطة وإعلام السلطة واقتصاد السلطة حتى لو مارست السلطة كل أشكال الإرهاب والقتل والعنف والقهر.

القيم السلبية التي أفرزها الإعلام العربي :

أفرز الإعلام العربي القيم السلبية للثقافة العربية التي سادت القرون الغابرة بل وعززها ومن أبرز هذه القيم الحديثة التطرف، وهذه القيم تم تسويقها من خلال خطاب إعلامي أحادي من ليس معنا فهو ضدنا، وهذا بحد ذاته واقصاء لولادة مذهبية تحررية وديمقراطية، لأنها تؤدي إلى غياب حلول وسط في التفكير بل وتساهم في التحول المفاجئ إلى التفائض وهذه السياسية خلقت جمهوراً عربياً مهمشاً اضطر لتبنئ ثقافة التكفير مقابل الاقصاء، ومن هنا فإن العقل العربي مازال يعاني أزمة بسبب هذا الخطاب السلطوي وهذه الأزمة أصبحت عقيمة ومستعصية.

والأهم من ذلك تم تكريس قيم ثقافية سلبية وأهمها التبعية والعربية والخضوع والطاعة للدعاية الرسمية تحت شعار أخي المواطن العربي لا تفكر فإن السلطة هي التي تفكر وقد لجأت لتبرير هذا الخطاب إلى الإعلام وفقهاء الأديان وأقلام السلطة أو قل فقهاء السلطة، وقد أطلق سارتر على هذه الفئة مهنيو المعرفة: الذين يمارسون عادة تبرير توجهات السلطة أي بث أساطير السلطة بأدوات حديثة.

إن هذا الإعلام لا يمكن أن نطلق عليه إعلاماً بل هو دعاية لأن الإعلام يستند إلى التنوير وإعطاء الحقيقة، والدعاية تستند إلى الكذب والتضليل ونشر الإشاعات والأكاذيب وهدف هذه الدعاية تحطم نفسية الفرد والمجتمع معاً ولذلك فإن السلطة العربية استندت في خطابها على القمع الجسدي والقمع الفكري لترويض الفرد والمجتمع معاً.

وفي الختام فإن الإعلام العربي الحالي هو إعلام رهينة لمجموعة من المحاور التالية.

١- إعلام معتقل لدى السلطات الحاكمة والسلطات الأمنية .

٢- الإعلام العربي يستند إلى العصبوية والجهوية والقبلية ويؤيد الاستبداد الفكري والسياسي.

٣- الإعلام العربي ساهم في خلق ثقافة العجز والقصور.

٤- المنتج الإعلامي العربي هو منتج يعيد عند الدقة والموضوعية والاستقلالية.

الإستراتيجية الإعلامية العربية:

أشرنا فيما سبق إلى غياب إستراتيجية إعلامية عربية طيلة مراحل كفاح الأمة العربية ضد الامبريالية والصهيونية ولذلك لا بد من خلق إستراتيجية عربية إعلامية فاعلة لدراسة المتغيرات التي حدثت بالمنطقة وبالعالم أجمع خاصة مع بروز ظاهرة العولمة ومن هنا لا بد وأن نشير إلى الأبعاد الثقافية في التواصل العالمي بمختلف أبعاده وأنماطه وأشكاله وخاصة الأطروحات التي قدمها صموئيل هنتجتون في نظريته صدام الحضارات حيث توصل إلى أن الحروب القادمة ما بين الشرق والغرب وباقي العالم ستكون حروباً ثقافية، ومن هنا فإن أي إستراتيجية عربية لتفعيل الإعلام العربي وخلق واقع عربي جديد يجب أن تنطلق من المحددين التاليين(16):

أولهما: مرحلة ما بعد سقوط الاتحاد السوفياتي وتفكك الكتلة الاشتراكية.

ثانيهما: النتائج الوخيمة على المنطقة العربية بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١.

ومن هنا ونتيجة لهذه التطورات المتلاحقة والتي نجم عنها عملية انتقال المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات العالمية وفي هذا الصدد يقول المفكر العربي السيد ياسين أستاذ علم الاجتماع السياسي حيث اعتبر أن هذا الانتقال يتم ببطء، وان كان بثبات إلى مجتمع المعرفة ونهاية النظام الدولي الثنائي القطبية وبروز الولايات المتحدة باعتبارها القوة الأعظم والمهيمنة في العالم، والتركيز على ظاهرة العولمة بتجلياتها السياسية والاقتصادية بالإضافة إلى الوقوف عند المشهد الثقافي العالمي والذي يزخر بالصراعات والأيدولوجيات المتضاربة(17).

ويضيف السيد ياسين قائلاً "بأن المجتمع الإنساني ينتقل الآن عبر عملية معقدة ومركبة صوب صياغة مجتمع عالمي جديد تحت تأثير الثورة الكونية التي

تأتي بالتعاقب التاريخي للثورة المتعددة التي شهدتها الإنسانية عقب الثورة الصناعية، وتعرض السيد ياسين للبدايات الأولى لبزوغ الثورة العلمية والتكنولوجية والتي جعلت العالم لأول مرة في تاريخ البشرية قوة أساسية من قوى الإنتاج إضافة إلى المال والعمل والأرض، وبالتدرج بدأت ملامح المجتمعات الصناعية المتقدمة تتغير ليس في أسلوب الحياة وأنماط التفكير ونوعية القيم السائدة وأساليب الممارسة السياسية، وخلال الستينات من القرن الماضي ذاع مصطلح أطلق عليه مجتمع ما بعد الصناعة، ومع مرور الزمن تبين قصور هذا المصطلح في التعبير عن جوهر التغيير الكيفي الذي حدث ومن هنا فقد تحرك علماء الاجتماع حيث صكوا مصطلحاً آخر اعتبروه يوفي بالغرض وهو مجتمع المعلومات أي الغرب يعتمد على إنتاج المعلومات على أساس تداولها من خلال آلية غير مسبوقة وهي الحاسوب حيث أدت أجياله إلى أحداث ثورة فكرية كبرى في مجال إنتاج وتوزيع واستهلاك المعارف الإنسانية ناهيك عن التطورات المذهلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة في مجال الأقمار الصناعية واستخداماتها بواسطة البث التلفزيوني الكوني.

سمات مجتمع المعلومات:

تتحدر هذه السمات أصلاً من تكنولوجيا المعلومات ذاتها من خلال ما يلي[18]:

١- أن المعلومات غير قابلة للاستهلاك أو التحولات أو التفتيت لأنها تراكمية بحسب التعريف وأكثر الوسائل فاعلية لتجمعيها وتوزيعها حيث تقوم على أساس المشاركة في عملية التجميع والاستخدام العام والمشترك لها بواسطة المواطنين.

٢- أن قيمة المعلومات هي استبعاد عدم التأكد وتنمية القدرة الإنسانية على اختيار أكثر القرارات فاعلية.

٣- ان سر الواقع الاجتماعي العميق لتكنولوجيا المعلومات أنها تقوم على العميل الذهني أو ما يطلق عليه تنمية الذكاء وتعميق العمل الذهني من خلال إبداع

المعرفة وحل المشكلات، وتنمية الفرص المتعددة أمام الإنسان والتجديد في صياغة وتطوير الشق الاجتماعي.

عناصر الإستراتيجية الإعلامية العربية المؤمل تحقيقها:

تنطلق هذه الإستراتيجية من العناصر التالية:

١- ضرورة رسم خرائط معرفية للاتجاهات الأيديولوجية في الوطن العربي أي أنه بدون رسم هذه الخرائط الدقيقة عن كل ألوان الطيف من الاتجاهات الأيديولوجية الفاعلة عربياً وهذه الخرائط لا بد لها من أن تقيّم الوزن النسبي لكل تيار واتجاهه، وسوف تساعدنا هذه الخرائط على معرفة الواقع العربي الذي تدير وتحدد ملامح التغيير واتجاهاته من ناحية أخرى، وأن من شان هذه الخرائط أن تقضي على التعميمات الجارفة عن العرب والمسلمين والتي تصوغها الدوائر الغربية السياسية والثقافية والإعلامية، وعلى سبيل المثال هل أن أيديولوجية الجماعات الإسلامية المتشددة والمتطرقة هي السائدة في الوطن العربي؟ أليس هناك مجال واسع للتيارات الإسلامية الإصلاحية التي تنادي بالليبرالية السياسية وتنادي بالديمقراطية وبحرية التفكير والرأي والتنظيم وحرية الصحافة والنشر؟ أليس هناك في الوطن العربي تيارات كبيرة تدعو لتحسين واقع المرأة العربية وإلغاء كافة أشكال التمييز العنصري.

٢- تبني موقف عقلاني من ثلاثية الماضي والحاضر والمستقبل، ولو عدنا إلى العقود الخمسة الماضية ودققنا في بنية الخطاب العربي بمجمله لوجدناه أنه انشغل بهذه الثلاثية مع اختلاف عميق بين أصحاب هذا الخطاب حسب الأيديولوجيا التي يعبرون عنها ولذلك فإن الإعلام العربي قادر أن يلعب دوراً في الدعوة لدراسة التراث بأنماطه المتنوعة والتأكيد على ممارسة التأويل بمناهجه المتعددة حتى يتواءم النص الديني والتراثي مع متطلبات العصر حتى لو كان هذا النص مقدساً. ولتحقيق هذه الغاية لا بد من السير خلف المنهج العلمي النقدي لدراسة الواقع العربي.

وهذا المنهج لا بد وأن يكون تكاملياً لا يفصل ما بين السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة أي لا بد أن يكون منهجاً نقدياً يركز على السلبيات ويسمى الظواهر بأسمائها، كما أنه لابد من ترشيد الخطاب الثقافي المناوئ للعولمة وهذا الترشيد هدفه عدم تبني المواقف المتطرفة من العولمة وهو القبول المطلق بغير تحفظات أو الرفض الشامل بغير تحليل أي أننا بحاجة إلى نظرة موضوعية حيال العولمة وخاصة التي تعظم المكاسب وتقليل الخسائر.

٣- حصر المشكلات المستعصية ما بيننا وبين الغرب أي تحديد أبرز الأزمات والملفات الشائكة والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

١- العلاقة ما بين الغرب والإسلام.

٢- التطرف الفكري في العالم العربي والإسلامي.

٣- المشكلات الناجمة عن الإرهاب.

٤- الهجرات العربية لأوروبا وخاصة قضية اندماج المهاجرين في المجتمعات الأوروبية.

٥- التفرقة ما بين المقاومة المشروعة للاحتلال الصهيوني في فلسطين ولبنان والأمريكي في العراق.

٦- العنصرية الجديدة التي اجتاحت أوروبا ضد المسلمين والعرب.

هوامش الفصل الثاني :

(1) الإعلام العربي واقعه وأبعاده ومستقبله، د. خالد الشيخلي، ص٢١.

(2) مرجع سابق، ص ٢٢- ٢٤، العرب وأمريكا، مكتبة مدبولي، د. محمد علي حوات ٢٠٠٥، ص٣١.

(3) مرجع سابق، ص٢٦- ٢٤.

(4) قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي، د. مي كامل العبد الله، ص٣٠، وانظر كذلك مؤلفنا مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب الصادر عن دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.

(5) مصدر سابق، ص١٦٥.

(6) مرجع سابق، ص١٦٥- ١٦٦.

(7) مرجع سابق، ص١٧٠- ١٧١ وانظر مؤلفنا المذكور.

(8) الحروب الإعلامية، د. عامر مشموش، ص٣٢- ٣٥.

(9) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، د. إبراهيم إمام، دار الفكر العربي ص٣١.

(10) مرجع سابق ص ٣١- ٣٢.

(11) مرجع سابق، ص٣٤.

(12) الإعلام مذاهبه وتاريخه، د. عبد اللطيف حمزة، دار الفكر، ص٢٣.

(13) مرجع سابق، ولمزيد من الاطلاع انظر من ص٢٥- ٢٨.

(14) مرجع سابق، ص٢٨- ٣٠.

(15) مرجع سابق، ص٣١- ٣٢.

(16) السياسية من وراء استراتيجية، د. فاضل محمد زكي، الموسوعة الصغيرة عدد ١٧٨، دار الحرية ١٩٨١، ص١٥- ١٦.

(17) مرجع سابق، ص١٦- ١٧.

(18) موقع المقاتل الإلكتروني.

الفصل الثالث

الإعلام المقاوم (مفهومه وفلسفته ووظيفته واستراتيجيته ومشروعيته)

مفهوم الإعلام المقاوم: من خلال البحث والتنقيب وجدنا أنه هناك إشكالية في تعريف الإعلام المقاوم وهذه الإشكالية مردها إلى إشكالية تعريف المقاومة ذاتها، ومن هنا فإنه قبل أن نسبر أغوار تعريف الإعلام المقاوم لا بد وأن نعرف المقاومة وعلى ضوء ذلك سندخل في تعريف الإعلام المقاوم.

أولاً - المعنى اللغوي: المقاومة جاءت في الأصل اللغوي من مادة قام، والرباعي من مادة أقام، وقام تأتي بمعنى الثبات والاستقرار بالمكان، ومن ذلك المشتقات التالية: قائم، قائمة، أي بمعنى الركيزة التي يقوم عليها، الشيء مرتكزاً عليها، والجمع قوائم أي ركائز تثبت الشيء وتقرره في المكان، ومقاوم مصدر ميمي واسم مكان من المادة ويعني أيضاً الدعم والاستقرار في المكان مقام إبراهيم، وجاء في القرآن الكريم ﴿يَٰٓأَهۡلَ يَثۡرِبَ لَا مُقَامَ لَكُمۡ﴾[1].

ومن هذا التعريف تبين لنا أن المقاومة تعني الثبات والاستقرار في المكان وتعني الصمود، وفي لسان العرب وفي باب قوم ومقاومة جاءت بمعنى المصارعة وغيرها، وتقاموا بالحرب أي قام بعضهم لبعض[2].

إن مصطلح المقاومة بالمعنى السياسي يعني الوقوف في وجه الاعتداء سواء أكان مصدره قوة أجنبية غازية أو قوة داخلية مستبدة، فالمقاومة جاءت من منبت القوة والمتعة، وهذا المصطلح لم يستخدم في التاريخ القديم بل هو مصطلح حداثي جداً وخاصة في أدبيات الفكر الإسلامي، وقد برز مع بروز حركات المقاومة الوطنية والإسلامية والإنسانية سواء في فلسطين والعراق ولبنان وأفغانستان وفيتنام وكوبا... وإن المصطلح المهيمن في أدبيات الفكر الإسلامي هو مصطلح الجهاد.

ثانياً- المعنى التاريخي: وهذا التعريف انطلق من حق إنساني بحت في الدفاع عن النفس ورد الاعتداء الذي يقع عليه، وهو من الناحية التاريخية قديم قدم الإنسان، وكأن التطور التاريخي الذي لحق بالمجتمعات قد كفل هذا الحق كما كفل توقيع العقاب بأسلوب منظم على المعتدى عليه، وكما أن حق

الإنسان في المقاومة يأخذ هذا المدلول الاجتماعي الإنساني الطبقي فإن حق الشعب في مقاومة أي اعتداء يقع عليه تخضع لذات المدلول في المنطق[3].

ثالثاً- **المعنى الواقعي للمقاومة:** وقد انطلق هذا التعريف من خلال الاعتداء الذي يقع على الإنسان والشعب أكثر وأكبر من قدرة المعتدى عليه على رده أوصده، ولكن ذلك لم يشكل نهاية المطاف إذا أن هذا الاعتداء الذي لم يلغ القدرة على الرد أو الصد سوف يترك في النفس آثاره المؤلمة التي تتعاظم يوماً بعد يوم حتى إذا ما استأنس المعتدى عليه قدرة ليديه للثأر برد فعل بكل ما يستطيع انطلاقاً من حق مهدور وكرامة جريحة، ولهذا فإن الشعوب الضعيفة والمقهورة التي يتقوى عليها الآخرون تختزن الآلام، وأن هذا الاعتداء لينفجر في رد فعل مقاوم، ولو بعد حين كما هو الحال عند حبس البخار داخل المرجل الذي يؤدي تراكمه إلى انفجار كبير وشديد.

رابعاً- **المعنى السياسي والإنساني للمقاومة:** ينطلق هذا التعريف على اعتبار أن ممارسة الشعب المعتدى عليه للمقاومة يستهدف الإبقاء على وجوده حياً، ويستند هذا المفهوم على أنه حق طبيعي بالحرية والعيش بسلام، ليكون هو الذي يحدد مصير نفسه وإصدار القرار الذي يخدم مصالحه[4].

خامساً- **المعنى القانوني للمقاومة:** من وجهة نظر القانون الدستوري فإن المقاومة هي سلوك ينطوي على ممارسة عملية التصدي للعدوان ومواجهته بكل السبل المتاحة بما فيها العمليات القتالية المسلحة التي يقوم بها مقاتلون من أبناء الشعب المعتدى عليه دفاعاً عن وطنهم ضد أي قوة غازية ومحتلة ولا يدخل في إطار المقاومة هنا الحروف النظامية التي تقوم بها القوات المسلحة فهذه تدخل في مفاهيم أخرى في علاقات القانوني الدولي من حيث أنها تقاتل تحت علم دولة معتدى عليها بأسلوب الجيوش النظامية التي تسيطر عليها وتحركها حكومات وتخضع لتسلسلات قيادية حتى تصل إلى رأس الدولة، أما المقاومة التي يقوم بها وعليها الشعب فهي رد فعل طبيعي وعفوي من هذا الشعب لمقاومة الاحتلال والتحرر منه مستخدماً في ذلك جميع السبل والوسائل المتاحة[5].

نخلص في نهاية حديثنا إلى أن:

المقاومة هي إرادة الشعوب في الدفاع عن حقها في الوجود وحقها في الحرية والاستقلال والحياة الكريمة.

بعد أن عرفنا المقاومة، ترى ماذا نعني بالإعلام، سبق وأن عرفنا الإعلام في الصفحات السابقة ونشير إليه مرة أخرى، الإعلام هو التعبير عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها.

والآن ندخل في صلب الموضوع فماذا نعني بالإعلام المقاوم: هناك أكثر من تعريف للإعلام المقاوم والذي دخل القاموس السياسي أسوة بالمقاومة نفسها، وأبرز تعريف للإعلام المقاوم أنه:

١- صنف من أصناف الإعلام، لكنه إعلام يتميز من منطلق أن ما تفعله الرصاصة في المعركة الناشئة الآن في ساحات القتال وعلى سبيل المثال الصراع الدائر الآن بين المقاومات العربية والإسلامية في العراق وفلسطين ولبنان وأفغانستان.. وبين الصهيونية والامبريالية الأمريكية المتوحشة، ومن هنا وكما يقول الخبير الإعلامي الأردني عصام حماد "لابد هنا على أية حال أن تكون الرصاصة هي موضوع المقاومة أو القرآن الآن في إعلامنا العربي المقاوم وعندما تهدأ معركة الإعلام المقاوم المسلح ففي ظروف السلم يجب أن تتغير إستراتيجية هذا الإعلام من منطلق أن الرصاصة ربما لا تكون مجرد فشكة محشوة بالبارود وإنما قد تكون منجلاً أو تراكتوراً أو دولاراً أو آلة حاسبة[6]، ومن هنا يجب أن يكون الإعلام المقاوم حاضراً لأننا مازلنا نخوض معركة مصيرية مع الامبريالية والصهيونية المتوحشين، ومن هنا يتوجب أن يتحول المجتمع إلى مقاتلين حقيقيين كل حسب اختصاصه وإمكاناته فالعامل في متجره ومصنعه ينتج مستلزمات القتال، والمزارع في حقله يبذر الحب لإطعام المقاتلين المحاربين، والطبيب يعالجهم، والمهندس يبني لهم الخنادق والمرافق، والموظف يسيّر الأجهزة التي تقف وراءهم وتحمي ظهورهم، والمدني المواطن يشدد من عزم ومعنويات المجتمع والسائق والمحاسب والمعلم والطالب والنجار... كل فرد له دور في المعركة ويجب

أن ينبثق هذا الدور كما يفترض في قادته وموجهيه وساسته وأديانه وأن يدفعوه إلى التعرف على دوره العملي[7].

٢- الإعلام الجهادي وهذا التعريف فرق ما بين الإعلام الجهادي والإعلام المقاوم من منطلق أن الإعلام المقاوم هو قاسم مشترك بين كل الجماعات المقاومة على اختلاف مرجعياتها الفكرية ودوافعها القتالية ومقاومة الاحتلال هو مقصد من مقاصد تشريع الجهاد فإن لم يقتصر على المفهوم الإعلامي الجهادي فيمكن الجمع بينهما تحت مسمى إعلام المقاوم الجهادية ويقصد به تزويد الجماهير بحقائق المقاومة الجهادية ومقاصدها وآثارها ونقل الأخبار والوثائق والمعلومات المتعلقة بها بصورة صحيحة ومنضبطة وموثقة داخل الأمة الإسلامية وخارجها بقصد الإقناع والتأثير من خلال الوسائل الإعلامية وكذلك رد الشبهات والافتراءات والشائعات التي تثار حول المقاومة للطعن فيها وفي أهلها [8].

٤- ذلك الإعلام الذي يعبر عن مقاومة شعب ضد المحتل من خلال إستراتيجية إعلامية تعتمد على دعوة الرأي العام للدولة المحتلة لمساندة المقاومة ودعمها والتركيز على دورها وأهميتها وتضحياتها وإنجازاتها[9].

٥- ذلك الإعلام الذي يحمل قضية وأن تكون هناك ظروف سياسية أو قتالية أو نضالية يتمحور حولها الإعلام ويستلهم روحية تحركه من مضمونها وتفاعلاتها، إن الإعلام المقاوم هو وليد حالة اجتماعية لا يمكن تأطير هذا السلوك الكلامي في إطار العقل الفردي أو النزعة الشخصية بدليل ما يستوجبه من تشاور وتخطيط قبل وضع الرسالة الموجهة بشكلها النهائي والموافق لشروط تكوين المفردة الإعلامية المقاومة ولشروط استقبالها والتفاعل معها إلى أقصى درجات التجاوب والاقتناع بمضمونها فالفعل الجماعي الذي هو مصدر الإعلام المقاوم يتحرك وفق خطط متحركة غير جامدة، قابلة للتكييف مع مستجدات المرحلة وحيثيات كل فترة من

الفترات النضالية التي يشهدها هذا الإعلام في مسيرته التعبوية، وهذا ما يفسر الخط البياني لزخم الإعلام المقاوم في مؤشرات الارتفاع والهبوط وبعض وضعيات الاستقرار ودليل ذلك أن حالة الاستنفار تختلف عن حالة الهدنة وحالة الحرب صياغة وأسلوباً ومفردات وتحليلات ومراسلات لها وظائفها السياسية والميدانية والنفسية[10].

٦- الإعلام المقاوم: وهو الإعلام الأيديولوجي أو الدعائي أو السياسي أو ما أطلق عليه مصطلح "الميدلوجيا" أي إعلام الايدولوجيا، والإعلام المقاوم هو إعلام ظهر حديثاً في العالم بعد ثورة الاتصالات منذ أواسط القرن الماضي، وقد أطلق عليه "ريجينس دويريه" بأنه إدارة الوضوح في الأقوال والأفعال وقدرة الكلمات على إيصال الحديث من خلال التحقيق والتقرير والخبر والبناء يجعله تظهيراً للواقع في أي مجتمع من المجتمعات وهنا دخل الإعلام المقاوم ليواجه أي عملية تحريف أو تشويه للحقائق والأفكار والوقائع وغالباً ما يكون هذا التحريف أو التشويه ناتجاً عن أحد سببين أولهما الجهل بحقيقة الواقع لدى الآخر وتاريخه وثانيهما تعمد التشويه لأهداف دينية مبنية تهدف إلى تحقيق غايات وسياسات معادية تستهدفه بشكل غير مباشر[11].

يعد هذا التعريف من التعريفات المتضاربة ما بين الإعلام الحربي والإعلام الجهادي والإعلام المقاوم ويمكننا اعتبار الإعلام المقاوم هو الأنسب بدل الإعلام الجهادي والأخير مرتبط بعقيدة وأيديولوجيا الحرب بينما الإعلام المقاوم هو الأنسب وهو الإعلام الذي يتبنى فيه المقاوم فلسفة وإستراتيجية ويدافع عنها ويعبر عن كافة نشاطاتها ويبرز فعالياتها.

إن الإعلام المقاوم ببساطة هو الإعلام الذي يقوم به أناس عاديون في مواجهة الاحتكارات الإعلامية الكبرى والشركات الإعلامية المتعددة الجنسيات أي الشركات الإمبريالية الاستعمارية المنحازة أصلاً ضد وجود هذه الأمة.

مشروعية الإعلام المقاوم:

انطلقت مشروعية الإعلام المقاوم على ضوء الهجمة الشرسة الغربية الصليبية والصهيونية التي تشن على العالم العربي والإسلامي فكرياً وعسكرياً إنها هجمة امبريالية بما تعني الكلمة من معاني، ومن هنا فإن للكلمة دوراً كبيراً في مواجهة هذه الهجمة إلى جانب الرصاصة والمدفع والصاروخ لأن أي قضية إذا لم تجد من يدافع عنها فإنها ستفقد قيمتها مهما كانت عادلة ومشروعة.

من منطلق أن الإعلام له تأثير كبير أقوى من الرصاصة لأن تأثير الأخيرة محدود لكن الإعلام له تأثيره وأثره المدمر على كافة الاتجاهات بسبب قدرته الفائقة على اختراق العقول والقلوب، إن المصداقية أهم أركان الإعلام المقاوم ومنها تنطلق مشروعيته لأنه يدافع عن الحق والعدل والحرية وسط هجمة إعلامية غربية وهذه الهجمة تمتاز بالكذب والتضليل والانحياز المسبق ومن هذا المنطلق فإن ضرورة الإعلام المقاوم هو ضرورة ملحة لمواجهة الإعلام الغربي المضلل الذي يريد تحقيق التضليل والهيمنة ولذلك فإن الإعلام المقاوم جاء من التصدي للماكنة الإعلامية الصهيوأمريكية من خلال عرض الحقائق واستنهاض ثقافة المقاومة في جميع الميادين لتوحيد المجتمع العربي وخلق حالة وحدوية تؤكد حق أمتنا بالدفاع عن النفس وحقها بالنهوض والتصدي للمخاطر التي تتربص بها.

إن مشروعية الإعلام المقاوم تنطلق من مشروعية المقاومة نفسها وهي مشروعية أكدتها الأديان السماوية والفلسفات الإنسانية ومقررات الأمم المتحدة وخاصة العهد الدولي والسياسي الصادر عام ١٩٦٠ وإعلان حقوق الإنسان عام ١٩٤٨، ومن هنا وعندما استشعرت الدوائر الغربية والصهيونية بخطورة هذا الإعلام الذي تمكن خلال ما جرى في لبنان عام ٢٠٠٦ وحرب غزة ٢٠٠٩ من قيادة الشارع العربي والإسلامي والأهم أن هذا الإعلام تمكن من تحطيم صورة الجيش الصهيوني لدى الشارع الإسرائيلي بأنه الجيش الذي لا يقهر حيث أصبح هذا الإعلام مصدراً هاماً للشارع العربي والغربي والصهيوني معاً ومن هذا المنطق سارعت

الولايات المتحدة بعد أن أدركت ان الإعلام المقاوم تمكن من إعادة توازن الشارع العربي وصعود هذا العنف من الإعلام الجديد ولذلك بادرت بإنشاء قوات خاصة إعلامية وبعد أن اكتشفت الإدارة الأمريكية في عهد بوش الابن هذا الأمر عينت "كارين هيوز" كمستشارة لرئيس بوش لرسم صورة إيجابية عن أمريكا بأسلوب تضليلي ومشوه تحت ما يسمى بالدبلوماسية العامة وقد ركزت هيوز بصفتها خبيرة في حقل الإعلام لتستخدم الإعلام كسلاح في شرح أهداف الإستراتيجية الأمريكية بسبب اتهام الإعلام المقاوم ببث ثقافة الكراهية. والإعلام المقاوم لم يمارس هذه الثقافة بل ركز على السلوك المستبين الذي تستخدمه الولايات المتحدة ومعها الصهيونية في الساحة العربية أي أن الإعلام المقاوم نقل الصورة الحقيقة عن الأحداث المعلنة والمستترة للسياسيين الأمريكيين والصهيونيين في المنطقة.

من جهة أخرى فإن مشروعية الإعلام المقاوم جاءت على ضوء عجز الإعلام العربي وضعفه في مواجهة الإعلام الصهيوأمريكي في الدفاع عن قضايا الأمة وخاصة في الدول العربية التي احتلت أراضيها. أي أن الإعلام المقاوم دخل إلى حلبة المواجهة مع الإعلام الصهيوأمريكي بسبب غياب الإعلام العربي الرسمي والخاص معاً، هذا وامتاز الإعلام العربي الرسمي والخاص بعدة مميزات جعلت الشارع العربي يدير ظهره لهذا الإعلام ويلتحق بإعلام المقاومة لأنه هو المعبر الحقيقي عن أمانيه وطموحاته، ومن هنا فإننا سنفضح صورة الإعلام العربي الرسمي مرة أخرى ونؤكد أن هذا الإعلام هو المسؤول المباشر عن ولادة الإعلام المقاوم، وأن أهم ما يمتاز به الإعلام الرسمي العربي والخاص بما يلي:

١- لقد أخلى الإعلام العربي الساحة للإعلام الصهيوأمريكي حيث سيطر هذا الإعلام على الساحات الدولية والإقليمية والمحلية والعربية وهذا بسبب تراخي الإعلام العربي وانكماشه في ميادين وساحات هذه الدول وضعف قدرته التأثيرية وعجزه عن مواجهة الإعلام الصهيوني الذي نشط في معظم الساحات الدولية من خلال التضليل والكذب والخداع.

٢- إحجام الإعلام العربي في استخدام الدعاية والإعلام المضاد لمواجهة الإعلام الصهيوني والغربي خاصة وأن صورة الإنسان العربي في هذه الوسائل سيئة للغاية ولا تتعدى أن يكون صهريجاً للنفط أو قاتلاً أو إرهابياً أو أن الإنسان العربي رجل مزواج لا يبحث إلا عن شهواته.

٣- عجز الإعلام العربي عن توظيف وتطوير وسائل الإعلام في مخاطبة الشعوب والحكومات بخطاب عقلاني والتأثير عليه فقد كان هذا الخطاب عاطفياً وغبياً في نفس الوقت حيث اعتمد على المنهج الأسطوري وابتعد على المنهج العلمي الذي يعتمد على الحقائق.

ومن هنا فإن الإعلام العربي فشل فشلاً ذريعاً في الدفاع عن القضايا المزمنة التي تواجه الأمة العربية بسبب افتقاره إلى التكنولوجيا المتطورة إضافة إلى عدم وجود ميزانيات ترفد الإعلام العربي، كما وأشرنا سابقاً إلى أن السلطة العربية قيدت الإعلام ووضعت عليه رقابة صارمة وعلى القائمين عليه بينما كان الإعلام الصهيوني يسرح ويمرح وهو مستند إلى تجربة سياسية ديمقراطية مدعومة بأحزاب سياسية مقربة.

٤- الخطاب الإعلامي العربي امتاز بالحماس والعاطفية بعيداً عن العقلانية والرؤيا المستبدة وخاصة عدم استخدام الحماسة في وقتها وكذلك العقلانية في وقتها المناسب.

٥- بالمجمل تحليل الخطاب العربي تناولناه في الفصل الثاني وأشرنا إلى مميزات هذا الخطاب ومن هنا برز الإعلام المقاوم على جثث الإعلام الرسمي العربي والخاص وانطلقت شرعيته بسبب انسحاب السلطة العربية من ساحة المواجهة مع أمريكا والصهيونية وكذلك بسبب انسحاب الإعلام العربي دخل الإعلام المقاوم الساحة واستحق مشروعيته بجدارة واقتدار.

ومن هنا جاءت رسالة الإعلام المقاوم ومشروعيته ليدحض الصورة التي تناقلتها وسائل الإعلام الغربية نتيجة للتشوهات التي أحدثتها وسائل الإعلام الصهيونية بحق العرب والمسلمين بناء على ما أشرنا إليه سابقاً من خلال الصورة الغير دقيقة التي بثها المستشرقون الذين جاءوا مع الحملات الصليبية والاحتلال الغربي لمنطقتنا العربية حيث نشطت وسائل الإعلام الغربية في شن حملات إعلامية مركزة هدفها تحطيم نفسية الإنسان العربي لإضعاف الروح المعنوية وصولاً إلى زرع ثقافة الهزيمة وقتل روح المقاومة في نفوس الجماهير وتزييف الحقائق وتشويه صورة العرب في الخارج، كما وعملت الماكينة الغربية على تنميط الصورة العربية بما يتوافق مع المصالح السياسية للغرب وحليفتهم إسرائيل وتقدم الصورة العربية صورة نمطية عن الإنسان العربي بأنه إنسان متخلف وإرهابي وشيطاني ورجعي وظلامي وهذا ما يؤكده الراحل المفكر ادوارد سعيد حيث يقول إن مصالح القوى الغربية وأطماعها في المنطقة تجعلها تقف موقفاً معادياً من كل حركة أو ثورة شعبية تريد أن تأخذ حريتها واستقلالها والعمل على بناء معتقداتها.

تطور الإعلام المقاوم:

بدأت مسيرة الإعلام المقاوم عبر حركة التاريخ الإنساني من خلال الكتابة على الجلد والنقش على الحجارة أو الكتابة بالخطوط العريضة على جدران المساكن أو المدارس أو مقرات الحكومات، وفي العصر الحديث بدأت حركات المقاومة باللجوء إلى الإعلام المقاوم من خلال الصور والرسوم والبيانات على السطوح ومقرات المؤسسات الرسمية أو من خلال المنشورات المناهضة للمحتل إلى أن وصل إلى تطور مذهل من صحافة مقاومة وكتاب مقاوم وإذاعات مقاومة وفضائيات مقاومة حيث تمتاز هذه الوسائل بتقنية عالية جداً، وقد استخدمت لكل حركة مقاومة إعلامها المقاوم الذي يناسب ظروفها وإمكانياتها المتوفرة فعلى سبيل المثال فقد

لجأت المقاومة الفرنسية إلى عرض إنجازاتها ونشاطاتها إبان الاحتلال الألماني النازي من خلال طباعة البيانات وإذاعتها بواسطة محطات إذاعية تبث من مناطق خارج البلاد، وكذلك سعت المقاومة اليوغسلافية إلى نشر نشاطاتها وأفكارها من خلال الصحافة المحلية في مناطق متعددة وتوزيعها على الفلاحين، وكذلك المقاومة الفيتنامية فقد لجأت إلى أسلوب المنشورات والبيانات وكذلك المقاومة الفلسطينية فقد استخدمت كل وسائل النشر للتعبير عن خطابها السياسي والإعلامي بدءاً من المنشورات إلى استخدام الصحافة المكتوبة والمرئية لاحقاً.

ومن هنا نلاحظ أن الإعلام المقاوم بشكل عام هو ذلك الإعلام الذي يقاوم بالوسائل الثقافية في حالة السلم من منطلق أن الثقافة تعنى بالمقاومة أي مقاومة الجهل والقهر أي تحرير المجتمع والفرد معاً أو بالأحرى تحرير المجتمع والإنسان والأرض، وهذا بالتالي يعني أن المقاومة ثقافة وكذلك العكس، ومن هنا فإن حركات المقاومة بحاجة إلى كل طاقات الأمة فهي بحاجة إلى المثقف المقاوم والإعلامي المقاوم والفقيه المقاوم والأديب والشاعر والطبيب والممرض والمهندس والسياسي والقانوني والروائي.

إن الفعل المقاوم الذي يجب أن نركز عليه هو الفعل الذي يؤدي إلى ثقافة التمرد ورفض الواقع وإنتاج معرفة جديدة وواقع جديد فثقافة المقاومة هي كحال الإعلام المقاوم لا يمكن فصلهما أي أننا لا نستطيع فصل الفعل المقاوم عن فكرة المقاومة، فالثقافة المقاومة هي قاعدة العمل الميداني الذي يمتاز بتوظيف كل عوامل الممانعة والمجابهة الفكرية والعسكرية ويسعى إلى توفير مستلزمات ديمومتها وتطوير صيغها وبرامجها، ومن هنا فعلينا التأكيد على أن الإعلام المقاوم يظهر بعد أن تعلن المقاومة عن نفسها ووجودها فهو يولد مع ولادة المقاومة بعبارة أخرى ليس هناك من مقاومة تعلن عن وجودها قبل انطلاقة فعالياتها وقبل أن تتخذ مكانها في العمل الميداني وتؤسس لها مبادئ وتقاليد عمل تقود إلى إنتاج معرفة الفعل المقاوم

وأبعاده على مستوى الواقع اليومي، وبشكل خاص حين يؤسس وينطلق الفعل المقاوم العسكري باعتباره الفعل والخيار الأخير المفضي للحصول على تحقيق الأهداف السياسية، وهذا العمل المقاوم يعكس معنى حيازة الموقف السياسي والتعبير عنه، وتعبير الخطوة الأولى اللازمة للوصول إلى مقدرة الاستنهاض والتحول نحو اعتماد برامج أكثر ثورية لإصلاح الأوضاع السلبية كما هو شأن مقاومة الاحتلال عبر التاريخ حينما تتقاطع الغايات والأهداف مع الوسائل وتغدو المقاومة المسلحة خياراً نهائياً لا بديل عنه للتعبير عن مطلب الشعب في الحرية والسيادة[12].

ومن ناحية أخرى فإن السند الحقيقي للمقاومة هو الشعب وهو مصدر وقودها وحامل مشروعها الإنساني ولذلك فإن أي حركة مقاومة لا تستند إلى جدار الشعب فإنها تفقد مشروعيتها رويداً وتتحول إلى مشروع مغامرة غير محسوبة وهنا تعود بنا الذاكرة إلى تصريحات قائد المقاومة الإسبانية "اتريكو ليستر" والذي أكد من خلالها لا يمكن لحركة المقاومة أن تعيش وتنتشر إلا إذا فهمها الناس وأيدوها وأن تتوجه المقاومة إلى الشعب لتعبئته ليس في إطار العمل المسلح المباشر بل للمساندة الإعلامية والمعنوية.

كما وتشير المصادر التاريخية إلى أن قائد الحركة الثورية لشعوب المستعرات البرتقالية والتي تشمل انغولا، موازمبيق، نحينيا، بيساو، امليكار، كابرال حاثاً المقاومين والمقاتلين قائلاً "عززوا العمل السياسي والدعاية في صفوف العدو، اكتبوا المناشير والرسائل اكتبوا الشعارات على الجدران الصقوا الملصقات.

وهنا يطرح السؤال أيها أقدم تاريخياً في الظهور المقاومة المسلحة أم المقاومة الفكرية والدعائية. هناك وجهتها نظر فمنهم من يعتقد أن المقاومة بدأت عسكرية بشرط توفر البيئة المناسبة ورأى آخر اعتبر أن المقاومة السلمية هي الأسبق من منطلق أن الظروف إذا لم تتوفر لشعب المقاومة المسلحة فعليه أن

يلجأ إلى المقاومة السلمية أو الإعلامية والفكرية من منطلق أن لكل مقاومة وسائلها الخاصة بالإعلان عن هويتها وأهدافها ووسائلها وحتى خطابها له خصوصية محلية ثم يتطور إلى أن يتجاوز الحدود المحلية إلى الإقليمية والدولية، كما أن لكل حركة مقاومة الحق في اختيار الأساليب الإعلامية التي تناسبها، وهذه الأساليب تتطور بناء على تطور فعاليات المقاومة على الأرض ومدى قدرة المقاومة على أحداث التغيير باتجاهين تارة في صفوف الأعداد وتارة في صفوف الشعب، وفعاليات المقاومة تقوى بتراكم عملياتها حتى تصبح مقاومة لها رموزها ودلالاتها التعبيرية التي تعبر عن فعلها وأدائها وهذا بالطبع يقودنا إلى أدوات التعبير في الإعلام المقاوم.

أدوات التعبير في الإعلام المقاوم:

المقاومتان العربية والإسلامية تبدأ بشكل خاص فعالياتها الإعلامية عادة من الكتاب والملصقات وصحافة الحائط ودور العبادة والمساجد والأخيرة هي مقرات حزبية داعمة ودائمة للمقاومة، كما أن مآذن المساجد والكنائس هي إذاعات للإعلان عن أسماء الشهداء وإذاعات تخرج من خلالها أصوات جماهير المقاومة للدعاء إلى الله أن يحمي المقاومة وينصرها على أعدائها، كما أن المساجد هي محطات لاستقبال وإرسال المقاتلين، ويعتبر الشعر والخطابة من أهم الأدوات الإعلامية للمقاومة حيث أن القصائد والأغاني الشعبية تمجد المقاومة وثقافتها وتشعل الحماس في وجدان الشعب وتحيي في نفوس المقاومين رائحة الشهداء والشهادة والاستشهاد بعبارة أخرى كل نشاط فكري وأدبي يوظف في خدمة المقاومة يعتبر إعلاماً مقاوماً، وعندما تعجز المقاومة عن خلق الإعلام المقاوم تلجأ إلى الأدب وخاصة الشعر والخطابة الذي يتلو كل شكل شرائط وكاسيتات تبث من خلال الهاتف النقال أو التلفزيون.

فن صناعة الإعلام المقاوم:

التطور الذي تحقق على صعيد الإعلام خدم المقاومة وثقافتها وخدم بالتالي الإعلام المقاوم الذي دخل سوق الإعلام كصناعة مهمة في حقل الإعلام، ومن هنا فالإعلام أصبح من الصناعات الإقناعية في العالم بل إنه أقرب إلى الصناعة من الموهبة والرغبة، وصناعة الإعلام كمرفق اقتصادي دخل سوق الاستثمارات العالمية يعني أن مجال الربحية أصبح هو المهم على حساب الرسالة الإعلامية والوظيفة والفلسفة، ولذلك فإن وسائل الإعلام لم تكن كما في السابق وسائل إعلام فردية أو رأس أموال بسيطة بل إن وسائل الإعلام الكبرى تدار الآن من قبل الشركات العابرة للقارات والاستثمارات الضخمة ، وعليه فإن أركان الرسالة الإعلامية على ضوء تحول الإعلام من رسالة ومنهج وفلسفة إلى صناعة اهتزت وخرجت عن ميثاق الشرف الإعلامي من حيث الالتزام والموضوعية والدقة والمصداقة والإقناع ونشر الحقيقة والتوازن الإعلامي والإخباري، كل هذه الأركان الرئيسية التي حصنت الميثاق الإعلامي والشرف الإعلامي أصبحت تدار بوسائل غير أخلاقية وبالتالي تحكمت في الشرف الإعلامي أي أن الإعلام أصبح له معايير أخرى غير المصداقية والدقة والحياد الموضوعي بل يمكننا القول إن هذه المعايير اختفت بفعل الضغوط التي تتعرض لها وسائل الإعلام وخاصة أثناء الحرب والصراعات فالمقاومة تحولت إلى إرهاب والمقاومين إما إرهابيين أو جماعات العنف السياسي وهكذا دواليك، وهذا التوجه الجديد للإعلام خرج عن سكة قطار فلسفة الإعلام والتعميم ليس وارداً فهناك وسائل إعلام تناضل من أجل مقاومة تأثير المال على الإعلام فكما أنه يوجد مال سياسي فإن هناك مال إعلامي مؤثر وكبير وضخم.

ومن هذا المنطلق فبالرغم من أن الإعلام المقاوم خرج من موظف الإعلام لكن أهدافه تختلف عن أهداف الإعلام المهني حيث أن الإعلام المقاوم لا يسعى إلى

الربحية وحين يخضع الإعلام المقاوم لسيطرة المال الإعلامي والاستثمارات الإعلامية فقد بوصلته الحقيقية في تغطية أخبار ونشاطات المقاومة، ومن هنا فإن الإعلام المقاوم بأمس الحاجة إلى المزيد من التخطيط والخبرة والمهنية العالمية ليواكب الاحترافية، من منطلق أن التخطيط للإعلام المقاوم هو أهم عناصر إدارة صناعة الإعلام بشكل عام والإعلام المقاوم بشكل خاص حيث أن التخطيط للإعلام المقاوم يبدأ بالجهوزية قبل حدوث الاحتلال ويبدأ يخطط ماذا بعد حالة الاحتلال وإلا فإنه سيتأخر كثيراً من منطلق أن تحديد الهدف هو أهم عناصر صناعة الإعلام المقاوم وبعبارة أخرى يجب أن يجيب الإعلام المقاوم أثناء تخطيط برامجه ماذا نفعل قبل الاحتلال وماذا نفعل بعد الاحتلال، والمخطط يجب أن يستند إلى المنهجية العلمية والعملية من خلال إدراك المشكلة أو تحديدها وهذه المنهجية يجب أن تمتاز بالدقة وتحري أسباب المشكلة ووضع الحلول المناسبة لها وصولاً إلى تحقيق الهدف. كما يقول المشرف العام على وكالة حق الإخبارية العراقية عبد الرحمن الراشدي ومن هنا فإن أي خطة إعلامية يجب أن تراعي الأركان الرئيسية التالية[13].

١- تحديد الأهداف.

٢- اختيار أنسب الوسائل.

٣- المتابعة والتقويم.

والسؤال الذي يطرح نفسه كيف تتأتى صناعة الإعلام المقاوم؟ يقول مدير وكالة الأخبار العراقية المقاومة حق عبد الرحمن الرواشدي أن صناعة الإعلام المقاوم تأتي من اتجاهين:

أولهما: الإعلام الميداني المقاوم وتفعيله يكون من قبل فعاليات المقاومة وهيئاتها الإعلامية حيث يتلازم الإعلام المقاوم بالمقاومة الإعلامية أكثر مما قبل من منطلق أن الإعلامي المقاوم تحول إلى مقاوم والمقاوم المقاتل تحول إلى إعلامي بقدر ما تمددت رقعة الميدان وساحة المعركة من أرض الفضائيات ثم إلى

الفضاء الافتراضي على الشبكة العنكبوتية ولتقيد هذا الموقف في ذهن المقاوم الإعلامي فإن المقاوم لا يمكن أن ينتصر إذا لم يكن إعلامياً فاعلاً ولذلك يجب أن يترسخ في الإعلام المقاوم مفهوم البندقية المقاتلة والحاسوب المقاتل، هذا وقد أشارت كتب التراث الإسلامي أنه ينبغي للقائد أن يكتب على السهام أخبار ومعلومات تطابق ما وصل إليه الجواسيس ويرمي بها في جيش العدو.

ثانيهما: الإعلامي المعني المقاوم وهذا يقع على مسؤولية الإعلاميين خارج الميدان ليستثمروا ما يقدمه لنا الإعلام الميداني وتوظيفه بأسلوب مهني متنوع ثم تقديمه للرأي العام كخطاب إعلامي لدعم ثقافة المقاومة والنفير والجهاد وتوثيقها بالأفلام والتقارير والأناشيد والأخبار.

من جهة أخرى فإن أهم القضايا التي تلعب دوراً في نجاح صناعة الإعلام المقاوم تكمن في تركيزه على الدور الفاعل الذي يقوم به والمتمثل في خلق الإنجازات المادية والمعنوية للمقاومة وهذا يعتمد على طبيعة الرسالة الإعلامية نفسها والتي يجب أن يتوفر بها القوة في الطرح والقوة في الصورة والصوت، وأن تكون الرسالة أو المنتج الإعلامي صادقاً إلى درجة كبيرة، ولا مانع من اللجوء إلى المراوغة واستغلال اللحظة المناسبة والمشهد المناسب لتنفذ إلى جمهور العدو وبث روح الذل والمهانة في نفوسه لأن الفعل التأثيري للكلمة أو الصورة أكبر من ألف رصاصة وقذيفة لتحقيق الهدف المرجو خاصة في ساحة المنازلة ليتم كسر إرادة العدو وإقناعه بصلابة المقاومة وصمودها وصدقيتها.

إن من يصنع صناعة الإعلام المقاوم ليس المال بالرغم من أهميته في دعم المقاومة فحسب فالذي يخلق صناعة المقاومة هو العمل المقاوم ذاته وهذا هو معيار تفوق ومصداقية الإعلام المقاوم.

فلسفة الإعلام المقاوم:

فلسفة الإعلام المقاوم هي ذات الفلسفة الإعلامية التي تنطلق من فلسفة الإعلام المهني، ولذلك فعلى الإعلام المقاوم أن ينتهج الخطاب الإعلامي الحر والمسئول أمام نفسه وأمام جماهيره لكن لهذا الإعلام فلسفته التي تختلف عن فلسفة الإعلام المهني من حيث الدور والوظيفة وليس من حيث العقيدة الفلسفية الإعلامية، حيث اعتبر خبراء الإعلام المقاوم بأن فلسفته تعتمد على نظرية اللغة التعبيرية والتحشيدية والتعبوية التي تقف بين أربعة أزمنة للخطاب تكمن فيما يلي:

١- **زمن الخطاب الرياضي البنيوي:** أي خلق قاموس للكلمات والتقارير المستقلة المرتكزة على حسن اختيار الكلمات والتعابير المستعملة المرتكزة على اختيار المفردات النارية المعبرة المشحونة.

٢- **زمن الخطاب الرياضي الإشاري:** أي ممارسة النقد اللاذع الذي يستند على النقد الصادق والتفريق ما بين النقد الزائف والصحيح من الخطأ.

٣- **زمن الخطاب الرياضي التصعيدي:** أي فك الاشتباك ما بين الظالم والرحيم والمقهور والقاهر.

٤- **زمن الخطاب الرياضي الفني:** والتي تستند على تنفيذ الأداء بشكل جيد وتنطلق فلسفته من خلال التمييز بين المؤثر وغير المؤثر.

من جهة أخرى ومن خلال الرسم البياني فإن المجالات الحيوية لنشاط الإعلام المقاوم تنحصر على شكل مثلث قاعدته تمثل النطاق البشري المستهدف من إعلام المقاومة سواء كان جمهور المقاومة المؤيد أو جمهور المقاومة والمعادي أو الجمهور المحايد وكذلك الحليف والملتزم، أما ضلعا المثلث فواحد جغرافي وأرضيته ميدان معركة المقاومة ومسرح عملياته خارج حدود الوطن "نموذج المقاومة اللبنانية" تسويقاً لموقف المقاومة وترويجاً لطرح وإيضاحات لمفهوم ومبادئ المقاومة.

أما الضلع الآخر فهو لغوي ينطلق من مجموعة شاملة لكل اللغات المتداولة في الوسط الإعلامي سواء كانت لغة المقاومة أو لغة العدو أو اللغة العالمية، وكذلك استعمال اللغة المرمزة والسرية، وهذا يتطلب من القائمين على الإعلام المقاوم معرفة جيدة وخبرة عالية بتوظيف اللغة الإعلامية المقاومة والقدرة على الاستخدام الأمثل بما يتوافق مع طبيعة عمل المقاومة وأهدافها وإستراتيجيتها، وتفسيرها للأمور ورؤيتها للأحداث من خلال استخدام كافة الفنون الإعلامية من مقال وتحليل إخباري، ومعرفة فائقة بالتوقعات إضافة إلى الاطلاع الكامل على فنون اللغة وفن الإلقاء المقاوم لاستنهاض جهود المقاومة وهذا جمهور العدو، وعلاوة على ذلك تكثيف البرامج التعبوية الحاشدة المعبرة عن ضخ برامج وتحليلات سياسية وإخبارية وحوارية بما يتوافق مع ثقافة ومنطلقات المقاومة.

بعبارة أخرى مطلوب من الإعلام المقاوم أن يطبع بصماته الإعلامية على جمهور المقاومة وإعدادها.

من خلال العرض السابق يتبين لنا أن فلسفة الإعلام المقاوم تنطلق مما يلي:
تعبئة جمهور المقاومة أي أن أهم أركان فلسفة الإعلام المقاوم أنه إعلام تعبوي مستخدماً كل أدوات التعبئة الجهادية المقاومة بهدف حشد طاقات الجماهير نحو المشاركة والالتحام مع الدور الوطني الذي تقوم به المقاومة. من جهة ومواجهة الإعلام المضاد أي إعلام العدو ومن يسانده من جهة أخرى، بالإضافة إلى مواجهة كل أشكال التعبئة التي يقوم بها العدو بكل ما يتوفر له من إمكانيات حيث أن إعلام المقاومة يواجهه ترسانة ضخمة من إعلام العدو فعليه مواجهتها مهما قلت حجم إمكانياته.

لأن إعلام العدو يسعى من خلال ترسانته الإعلامية إلى تسنيد كل إمكاناته لسحق وتحطيم جمهور المقاومة والمقاومين أنفسهم خاصة وأنه يستخدم التضليل والحرب النفسية الكاذبة والدعائية لأن مهمة العدو هي مهمة قتل الناحية

النفسية والجسدية لشعوب المقاومة، وهذا لن يتم إلا بتدمير كل إمكانيات ومؤسسات الدولة التي تؤازر المقاومة، ومن هنا تقع مسؤولية إعلام المقاومة والتي يجب أن تبدأ قبل الحرب وليس أثناء الحرب حيث أن دور الإعلامي المقاوم يجب أن يكون فاعلا قبل المواجهة وأثناء المقاومة وبعد المواجهة، وأن لا يتوقف حتى يبقى جمهور المقاومة مستعداً لمواجهة كل التحديات التي تواجهه، أي أن جمهور المقاومة يجب أن يمتاز بالوعي التام للأهداف المعادية وأن يكون محصناً من خلال فهمه الحقيقي لأهداف الإستراتيجية الإعلامية والعسكرية والنفسية للعدو ونواياه الخبيثة والماكرة، ومحاولة تحليل البرامج التي يبثها والعمل على تفكيك رموزها.

من جهة أخرى فإن فلسفة الإعلام المقاوم يجب أن تنطلق من الواقع الذي تمر به الأمة ومن هنا ونتيجة للغزو الإعلامي والثقافي المعادي للأمة العربية والإسلامية وهذا الغزو المعزز في وسائل الإعلام الغربية والتي انعكست تناسباً مطرد لدور وسائل الإعلام وتأثيرها في خدمة سياسيات الدول ومصالحها الإستراتيجية، ومع بروز وتبلور سياسات العولمة وتسخير وسائل الإعلام لخدمة مصالح الدول الكبرى وسياسات الهيمنة على كل الشعوب وثرواتها، وفي ظل الأحادية القطبية العالمية التي عمدت في ظل استمرار العدو الصهيوني لاحتلال الأراضي العربية في فلسطين ولبنان وسوريا وتراجع الاهتمام الرسمي العربي بقضية الصراع مع العدو الصهيوني والجنوح نحو هاوية التسوية معه وعقد الصفقات المنفردة مع مصر والأردن فضلاً عن سياسات التطبيع مع العدو، والتي تجاوزت دائرتها الدولتين المذكورتين إلى دول عربية أخرى، ولذلك فإن فلسفة الإعلام المقاوم جاءت من شقين:

أولهما: ليكون الإعلام المقاوم موازياً للمقاومة الشعبية والعسكرية والاقتصادية وليقف بوجه الهيمنة وأدواتها المتعددة الوجوه والأشكال ولمواجهة كل هذه السياسات والتوجهات ليس لغزوه العسكري فحسب بل الثقافي والاقتصادي والإعلامي.

ثانيها: أن الإعلام المقاوم جاءت فلسفته ليسد الفراغ الطبيعي وليقف في وجه الخطاب الإعلامي المهيمن وليضع حداً لثقافة الخنوع والقبول بالاحتلال والموافقة على هيمنة ثقافة الاحتلال وكأنه قدر وواقع لا يقاوم. ومن هنا فعلى الإعلام المقاوم بأن تكون فلسفته نابعة من العمل التعبوي وهذا بالطبع يقودنا للحديث عن أدوات العمل التعبوي المستخدمة في الإعلام المقاوم.

أدوات العمل التعبوي للإعلام المقاوم:

لا تختلف أدوات الإعلام المقاوم عن أدوات الإعلام المهني والمتمثلة بالمرسل والرسالة والمستقبل والوسيلة من خلال ما يلي:

١- يجب أن نحسن اختياره من حيث قدراته اللغوية وإيمانه المطلق بفكر المقاومة والأهم من ذلك الرسالة الإعلامية في الخطاب الإعلامي التعبوي للمقاومة بأنواعه المتعددة كالخطاب التحليلي والنفسي والأخلاقي والديني والجهادي، كما أن الإعلام المقاوم مطلوب منه أن يضخ بالمزيد من المواد الإعلامية المقاومة للمحتل، وفضح أهداف الدولة المحتلة، وإشراك كل جمهور المقاومة بالوقوف خلف المقاومة، وعلى القائمين على الإعلام المقاوم أن يبتعدوا عن الخيال والأسطورة والخطاب العاطفي، وعليهم أن يخاطبوا العقل والواقع والظرف والإمكانيات الحقيقية للمقاومة من خلال الإقناع بالوعي والوعي بالإقناع من منطلق المقولة القائلة كلما كانت المادة ذات قدرة على إشغال حيز في عقل المتلقي فإنها ستتمكن من الانضمام إلى المخزون المعرفي لديه حيث سيرسلها العقل الظاهري للتخزين في العقل الباطن وسيعتمدها التفكير كمادة أقرب إلى الرسوخ من تلك المادة الاستهلاكية التي لا تتجاوز حدود إرادات الفعل الانطباعية التي تتلاشى في أقرب فرصة.

٢- القدرة الفائقة لإنتاج خطاب إعلامي تعبوي مقاوم نابع من الفهم الحقيقي للمقاومة وثقافتها التي تدافع عن الوطن من خلال الاستناد إلى المعرفة الحقيقية الرصينة والموزونة والواعية التي تنطلق من صد كل تحركات الإعلام المعادي لكل مجريات الأحداث على ساحة المعركة أو على ساحة جمهور المقاومة أو جمهور الدولة المحتلة، كما أن الإعلام المقاوم يجب أن لا يغفل الإعداد الجيد للرسالة الإعلامية كي لا تقع في الأخطاء لتحقيق طموح الأمة والشعب وجماهير المقاومة المستهدفة.

٣- الإعلام المقاوم يجب أن يطلع على التركيبة السكانية و على التركيبة الاجتماعية للدولة المحتلة ومعرفة طبيعة النظام السياسي والقوى السياسية وفلسفة هذا النظام وثوابته لكي يتمكن إعلام المقاومة من اختراق الجبهة الداخلية للدولة المحتلة وفضح أهدافها وأنها جاءت لمهمة القتل والإجرام ولم تأت لمهمة التحرير.

٤- الإعلام المقاوم عليه أن يبتعد عن الولاء للأشخاص أو الأحزاب أو الطوائف وعليه أن يختار المصطلحات بقدسية تامة، كما عليه أن يتجنب الابتعاد عن الخطاب التعبوي الإنشائي والهتافات الفارغة والتهريجية أي أن خطاب المقاومة يجب أن تكون فلسفته واضحة وغير قابلة للتأويل والتفسير بل وكذلك الابتعاد عن الردح الإعلامي الفاضح المليء بالألفاظ النابية وخاصة مصطلحات التخوين لفئة من أبناء الشعب، لأن هذا يعتبر مدخلاً للعدو كما أن الإعلام المقاوم يجب عليه أن يبتعد عن الأخبار المفبركة والغير حقيقية، وإبراز إنجازات المقاومة لرفع الروح المعنوية لجمهور المقاومة بالوعي ليتم لجم إعلام العدو بالحقائق الواقعة خاصة في لحظة الصمود والدفاع، وان أمكن تقديم مادة عن خسائر العدو المادية والبشرية وخاصة الأسرى.

٥- إعلام المقاومة عليه أن يفضح أهداف الدولة المحتلة وتسليط الضوء على كل الجرائم البشعة التي ترتكب من قتل وتدمير وإحراق للمؤسسات وتنكيل بشعب المقاومة لكي يتحرك الرأي العام بدلاً من خطاب الحشو الإعلامي الإنشائي.

٦- تنطلق فلسفة الإعلام المقاوم من إيمانه المطلق بعدالة قضيته وشرف الدفاع عن وطنه وشعبه لأن المهمة التي يقوم بها هي مهمة مشروعة دينياً وأخلاقياً وقانونياً ولذلك فإن مهمته تنطلق من مشروعية الدفاع عن الوطن والشعب معاً والعرض والدين فعلى الإعلام المقاوم أن تنطلق فلسفته من عقيدة راسخة لمعاني الاعتداء على الوطن بكل مكوناته هو خط أحمر.

٧- الإعلام المقاوم المرئي تنطلق فلسفته بأن جمهوره يتأثر بما يشاهد من أحداث أكثر من جمهور وسائل الإعلام الأخرى من منطلق أن الصورة تعتبر من أبرز أركان الحدث الإعلامي أو الخبر الإعلامي حيث أن لها القدرة الفائقة في التأثير والتعبير في مزاج الرأي العام من منطلق أنها الشاهد الرئيسي على كل ما يجري، وهي أبرز أدواته الموضوعية بعبارة أخرى إأن الكاميرا الإعلامية المتلفزة هي أهم أسلحة الإعلام المقاوم وهي أبرز أدواته الموضوعية بعبارة أخرى إن الكاميرا الإعلامية المتلفزة هي أهم أسلحة الإعلام المقاوم وهي بندقية هذا الإعلام إذ أنها الدليل الساطع في نقل الحقيقة أو هي المعبر الحقيقي عن الموقف المقاوم فمثلاً عندما يتقدم طفل فلسطيني وهو يحمل حجراً يواجه به دبابة وتتراجع الدبابة فهو يعبر عن بطولة المقاومة وإرادتها، أو حينما تعرض قنوات الإعلام المقاوم جندياً أمريكياً يزحف على الأرض رافعاً يديه أمام مجاميع المقاومة في العراق إذ أن هذه الدلالات في قوتها التأثيرية على معنويات المقاومة ومعنويات جنود الاحتلال، ومن هنا فإن فلسفة الإعلام المقاوم تنبع من دحض مزاعم العدو

من خلال الكاميرا التي فضحت سلوكيات جنود العدو وعلى سبيل المثال القوات الأمريكية في ممارستها الغير أخلاقية في سجن أبو غريب حيث أكدت هذه المشاهدات الأهداف المعلنة لقدرات الاحتلال بأنها جاءت لتحرير الشعب العراقي وهذا يفضح مشروعية المحتل كما تتشدق بها بعض الفضائيات العربية والغربية من قصة حقوق الإنسان والتي أصبحت مهزلة من مهازل التاريخ.

هوامش الفصل الثالث:

(1) مشروعية المقاومة في الفكر الإسلامي والغربي، بسام المشاقبة، تحت الطبع.

(2) مرجع سابق، ص٢.

(3) مرجع سابق، ص٥.

(4) مصدر سابق، وانظر كذلك للبحث المنشور في صحيفة العرب اليوم للفقيه القانوني، د. محمد الحموري، وكذلك كتابنا مشروعية المقاومة .

(5) مرجع سابق.

(6) نحو ثقافة وطنية معاصرة، نحو مفهوم إعلامي صحيح، عصام حماد، ص٤٦- ٤٧.

(7) مرجع سابق، ص٤٦- ٤٧.

(8) تصريحات منسوبة، مصطفى الصواف رئيس تحرير صحيفة فلسطين المسلمة.

(9) الحرب الإعلامية نموذج الإعلام المقاوم في لبنان، د. عباس ، د. جورج كلاس، ص١٥- ١٦.

(10) محاضرة منشورة على شبكة الانترنت، لمدير قناة المنار السيد عبد الله قصير.

(11) الإعلام والنسق التعميمي وهيمنة القوة، د. صباح ياسين، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٦، ص٨٣.

(12) مجلة البيان، مرجع سابق.

(13) مرجع سابق، ص٢١- ٢٢.

الفصل الرابع

إستراتيجية الإعلام المقاوم

شئنا أم أبينا فقد دخل الإعلام المقاوم في الساحة الإعلامية العربية والدولية، ودخل الإعلام المقاوم في المعركة كطرف ولاعب رئيس مهم في إدارة الصراع من منطلق إعلامي مقاتل بل إنه فرض أجندته على الإعلام المهني حيث تتصدر عناوين الإعلام المقاوم بعض الفضائيات التي أصبحت فضائيات دولية من نشرات إخبارية وندوات بل وأصبح الإعلام المقاوم هو عنوان رئيسي في برامج هذه الفضائيات ونذكر منها قناة الجزيرة.

ومن هذا المنطلق فإن الإعلام المقاوم أصبح له إستراتيجية أسوة بإستراتيجية الإعلام المهني وأصبحت له أهداف بعيدة الأمد وأهداف قصيرة الأمد، لكن الإعلام المقاوم له أهداف تختلف عن الإعلام المهني من منطلق أنه شكل من الأشكال القتالية الأخرى وهو أحد الأذرع الرئيسية في المعركة بل إن صناع الإستراتيجية العسكرية اعتبروه فناً من الفنون الحربية المبني على رؤية واضحة للهدف الذي يجب التركيز عليه وتسليط الضوء على الهدف وفقاً لإستراتيجية عملية أو ميدانية ينبثق من العقيدة القتالية المرتكزة على فعل الاستشهاد والتضحية والفداء الذي ينفذه المناضلون والاستشهاديون والمقاتلون الأشداء في ميادين الحرب والمنازلة والقتال والإعلام المقاوم. والإعلاميون المقاومون هم جزء لا يتجزأ عن هذه المنظومة الاستشهادية وعلى ضوء ذلك يجب أن تكون القيادة الإعلامية للمقاومة هي جزء رئيسي ومهم وموازٍ للقيادتين السياسية والعسكرية وهي معنية بتاريخ ومتطلبات المعركة التي تخوضها المقاومة الإعلامية أو الإعلام المقاوم بأن تقوم برسم السياسات الإعلامية والأهداف والتطلعات وتحددها ضمن حدود معركة المقاومة من خلال وضع الأطر الثابتة.

أي أن المطلوب من قيادة المقاومة الإعلامية وضع الإستراتيجية الإعلامية لمعركة المقاومة أو ما الدور الذي يلعبه الإعلام المقاوم والتي تتدرج من خلال ما يلي:

أولاً- تحطيم نفسيات العدو وإحباط عزيمته من خلال اللجوء إلى سلاح الإشاعة المقنعة وبالمقابل رفع معنويات جمهور المقاومة وقيادتها ما أمكن ليس بالخطب الرنانة والجعجعة بل بالتغطية الإعلامية التي تعبر عن إنجازات الفعل المقاوم،

فالإعلام المقاوم وهو ينقل ما يجري على ساحة العمل العسكري يجب عليه أن يعتمد إستراتيجية تنطلق من خلال ضرب خاصرة العدو وإرباك تحركاته من خلال التشكيك بقدراته العسكرية، وأن قواته تقع ضمن مرمى المقاومة وعناصرها، ونقل عمليات المقاومة في مناطق العدو وتصويرها ما أمكن لكشف نقاط ضعفه لزعزعة قواته ثانياً.

ثانياً- على الإعلام المقاوم أن يكون لديه إستراتيجية محكمة ومدروسة وإستراتيجية مطلعة على كل تفاصيل المعركة ولذلك فإن الدور المناط بالإعلام يستدعي أن يكون جاهزاً ومطلعاً على إستراتيجية العدو الإعلامية ويعمل على اختراقها فنياً ومهنياً ما أمكن من خلال تكثيف الحملات الإعلامية من تصريحات وشائعات وأخبار وخلق طابور خامس لدى العدو ليتم تزويد الإعلام المقاوم أي رصد تحركات العدو بالوسائل التقنية الحديثة وتحليل خطط العدو الإعلامية والعمل على إرباكها.

ثالثاً- أن تتضمن الإستراتيجية الإعلامية السعي نحو تثقيف وتعبئة جمهور المقاومة والعمل على توحيد هذا الجمهور ما أمكن للوقوف خلف المقاومة التي تدافع عن الوطن حتى تتأكد قوى المجتمع أن هذا الإعلام المقاوم هو إعلام وطني يدافع عن السيادة الوطنية.

رابعاً- أن تتضمن إستراتيجية الإعلام المقاوم إستراتيجية خاصة بالقائمين على العمل الإعلامي المقاوم من حيث أن يتحلوا بالصبر وقوة الإرادة والعزيمة التي لا تلين مهما كانت ضراوة المعركة التي تخوضها المقاومة، فمثلاً برزت بعض اللقطات لمندوب الجزيرة أحمد منصور أثناء تغطيته لمعركة الفلوجة حيث ظهر وهو يبكي من شدة ضراوة المعركة، كما لاحظت وشاهدت مندوبي قناة الأقصى أثناء حرب غزة تبدو عليهم علامات الإرباك.

أما الإستراتيجية الأخرى المتعلقة بالعدو فعلى الإعلام المقاوم أن يقوم بإحداث صدمات نفسية مفاجئة للعدو بعيدة عن الانفعالات أو الارتجال كاختطاف قيادات عسكرية وسياسية.

كذلك على الإعلام المقاوم أن تكون إستراتيجيته تجاه جمهور المقاومة واضحة من خلال التأكيد بأن معركة المقاومة تختلف عن معركة الجيوش النظامية فهي تعتمد على عنوان المفاجأة والتكتيك والكر والفر أي الهجوم في الوقت المناسب والانسحاب حتى تلتصق استراتيجيات المقاومة نفوس جماهيرها بأن المقاومة هي عملية ممانعة ومناهضة وليس احتلال أراضي داخل حدود العدو.

خامساً- أن الإستراتيجية الإعلامية للمقاومة يجب أن تعتمد على عناصر الثبات وعدم الاستسلام بعبارة أخرى أن منطق العزيمة غير وارد في إستراتيجية المقاومة وأنها غير قابلة للخضوع والاستسلام من منطلق أنها مقاومة ملتزمة بالثوابت الوطنية الرافضة لمبدأ الاستسلام أي سلام الواقع والرافضة لمنطق سلام الضرورات والذي يسقط من حسابه مبدأ الكرامة والعزة.

ومن هنا فإن على القائمين بوضع إستراتيجية إعلامية مقاومة أن يتنبهوا إلى ما يلي:

١- أن رسائل الإعلام المقاوم ذات أهداف محددة ووظائف مرسومة أصلاً تنطلق قاعدتها الأساسية من تجاوز ما يسمى بالمساومة السياسية وشرطها الاستراتيجي أن تبقى محكومة بالإستراتيجية العفوية التي ترسم خطها النضالي والتي على ضوء ذلك تعرف الأعداء من الأصدقاء من المحايدين.

٢- على الإعلاميين المقاومين أن يتذكروا أن كل طلقة إعلامية هي مهمة جداً ويجب أن تصل إلى الهدف المرسوم بدقة ولا تقبل بنسبة الخطأ مهما صغر، لأن النتائج قد تكون إيجابية وتحقق أهدافاً عظيمة أو خطأً سلبياً يعود بالخسائر على المقاومة نفسها قد تساهم في إحباط جهود المقاومة. بعبارة أخرى أن جوهر المقاومة وإعلامها بأنه سلاح موجه ذو طبيعة تركيزية ولا يقبل الارتداد وأنه خارج حدود المساومة والمهادنة والخضوع ومتى يتحدد سقف الإعلام المقاوم فقد قوته وجاذبيته.

٣- التعريف بحقيقة إستراتيجية المقاومة والصراع الذي تخوضه وأقصد الإستراتيجية الإعلامية والثقافية من خلال عرض وتقديم الصورة الحقيقية المعبرة عن إستراتيجية المقاومة وفعالياتها من خلال ما يلي:

١- تعزيز الثقة بالنفس بجمهور المقاومة وحشد كل الإمكانات والطاقات لمواجهة العدو، وأن المقاومة ليست حركة حزبية أو فصائلية بل هي صوت الشعب كله إضافة إلى تعبئة جماهير المقاومة بأنها تمتلك الأدوات السياسية والعسكرية القادرة على فرملة أهداف العدو وتفتيت بنيته الاجتماعية والعسكرية والسياسية.

٢- على المقاومة أن تكون جاهزة لتنفيذ إستراتيجيتها على أرض العدو وذلك باستخدام سلاح الحرب النفسية والدعائية من أجل شق صف جمهور العدو وإرباكه، وبث روح التشكيك بقدرات جيشه والعمل على إحباط مجتمعه لكي يحقق الهزيمة النفسية قبل الهزيمة العسكرية، والتاريخ مليء بالدروس بأن كثيراً من المعارك انتهت بدون إطلاق أي طلقة ولكن الإعلام هو الذي هزم هذه الدول كما جرى في تفكيك الاتحاد السوفياتي بالحرب النفسية والباردة، وهناك شعوب استسلمت بدون قتال ورفعت الراية البيضاء، وهذا أكبر دليل على قدرة الإعلام في إحداث الهزيمة النفسية من منطلق أن المهزوم نفسياً لا يمكن أن يكون مقاوماً.

٣- وفي هذا العدد نؤكد على أن أهداف العمل الإعلامي المقاوم يحقق هدفين هما الدفاعي والهجومي. فالإعلام المقاوم تنطلق إستراتيجيته ورسالته من خلال التصدي بالمقاومة ومشاغلة أعداء الإعلام المقاوم والأخير يستند على فعاليات ونشاطات المقاومة وإنجازاتها وعليه فإنه كلما حققت المقاومة حضوراً ميدانياً فإن الإعلام المقاوم سيتواءم معها ويستقطب مزيداً من المؤازرين والمؤيدين، ولذلك فإن أي عمل مقاوم لا يمكن أن يؤثر في الناس إذا لم يتم التعبير عنه تعبيراً صادقاً.

٤- إن الإستراتيجية الإعلامية المقاومة سواء أكانت إستراتيجية إعلامية طارئة أم عادية فعليها أن تنطلق من إستراتيجية المقاومة نفسها منذ بدء المقاومة وحتى نهايتها بل إن الإعلام المقاوم يجب أن لا يتوقف بتوقف المعارك العسكرية فهو يخوض المعركة السياسية بكل ضراوة ويخوض معركة البناء والتعمير والتنمية وحشد الطاقات والإمكانيات.

المهم الذي أريد أن أؤكد عليه أن استراتيجيات الإعلام المقاوم متنوعة فهناك إستراتيجية إعلامية خلال فترة السلم وهناك خلال فترة الحرب. وهي ذات شقين إستراتيجية إعلامية مقاومة الجمهور المقاومة وإستراتيجية إعلامية مقاومة موجهة للعدو.

ومن هنا فإن كل حركة مقاومة لابد وأن يكون لها إستراتيجية متحركة وليس ثابتة بناء على طبيعة الموقف المقاوم وهنا يأتي دور الإعلام المقاوم بأن يوضح أن المقاومة تمتلك إستراتيجية عسكرية وسياسية واضحة المعالم سواء أكانت في ساحة الفعل العسكري المقاوم أو خلال مرحلة التفاوض مع العدو شرط دون المساس بالثوابت الوطنية خاصة وعلى الإعلام المقاوم أن يلفت الانتباه إلى تجارب حركات المقاومة العالمية التي كانت سباقة في المقاومة فمثلاً إن إستراتيجية المقاومة الفيتنامية وهي من أشهر المقاومات العالمية في التاريخ التي دمرت الاحتلال الفرنسي والياباني والأمريكي، فقد انطلقت إستراتيجية المقاومة الفيتنامية من خلال التدويل الإعلامي المذهل حيث تمكن الفيتناميون من اختراق كل بيت في العالم الأمر الذي أعطاهم مشروعية للنضال والمقاومة، وهنا نشير إلى أن الإعلام المقاوم في بعض حركات المقاومة لم يكن على مستوى فعاليات المقاومة نفسها فعلى سبيل المثال فإن المقاومة العراقية قد أذهلت الاحتلالين الأمريكي والبريطاني وقد امتازت المقاومة العراقية باستراتيجيات جديدة خلال فترة زمنية محدودة فقد امتازت عن الفيتنامية بفعالياتها وبسالتها حيث قدمت التضحيات الجسام والثبات والإقدام والمزيد من العمليات القتالية المتنوعة، لكن الفارق المحزن هو تشرذم الإعلام العراقي المقاوم على أرض العراق والسبب غياب إستراتيجية إعلامية خاصة به والسبب في ذلك أن المقاومة

العراقية غير موحدة بالفعل الإعلامي والسياسي وأخيراً أعلنت ٥٠ حركة مقاومة في العراق الانضمام إلى قيادة الفريق عزت الدوري كقائد عام للمقاومة العراقية.

إن العراق بتجربته الحضارية والتاريخية والسياسية لا تنقصه التجربة الإعلامية والسبب في ذلك أنه بعد سقوط النظام والجيش العراقي فلم يكن للمقاومة إستراتيجية سوى الإستراتيجية العسكرية وظهرت الإستراتيجية الإعلامية بعد مرور ثلاث سنوات من المقاومة حيث تمكن عدد من الشخصيات العراقية من إنشاء فضائيات تدعم المقاومة وتبني فعالياتها.

المهم أن يكون للمقاومة إستراتيجية إعلامية تشرح أهدافها وخططها وإنجازاتها لا أن تقاوم عسكرياً وتترك الإستراتيجية الإعلامية ولذلك لابد من وجود منبر إعلامي للمقاومة يشرح فلسفتها وماذا تريد وأين تخطئ وأين تصيب، ومن هنا فإن أي إستراتيجية إعلامية مقاومة يجب أن تنطلق من خلال ما يلي:

- التعبئة الداخلية.
- التحصين الفراغي.
- الدفاع الإعلامي والحرب النفسية.
- شن حرب إعلامية محيطة للعدد.

وتنطلق الإستراتيجية الإعلامية المقاومة أصلاً من خلال:

١- الدعاية الإعلامية الموجهة قوامها الالتزام بقضية المقاومة والعمل على خدمة أهدافها، ومن هذا المنطلق فإن الإستراتيجية الإعلامية المقاومة تتطلب جهوزية إعلامية عالية المستوى كالجاهزية لدى المقاومة وأهمها الرصد الدقيق لتحركات العدو الميدانية وخطابه الإعلامي ومواقفه.

٢- العمل على تحليل الخطاب الإعلامي المعادي وكل المواقف السياسية، ولعل كل تحليل لهذه المواقف وصولاً إلى صناعة التوقعات التي يقبلها المنطق ويستلزم هذا الأمر مواكبة مستمرة تجعل الإعلام المقاوم آنياً ويستجيب سريعاً لردات الفعل

بعيداً عن الانفعال والارتجال بالرغم من كونها مرسلات شعورية صادقة إلى أحداث صدمات للعدو، وإلى امتصاص الصدمات العادية.

٣- المصداقية: إن هذه الاستراتيجية الإعلامية مهمة جداً للمقاومة وللإعلام المقاوم ومن أجل الحفاظ عليها واحترام عقول القراء والمشاهدين والمستمعين بعيداً عن التضخيم والمبالغة وبالمقابل فإن إعلام العدو والإعلام الغربي الذي يتجاوز هذه الإستراتيجية ويتجه إلى إستراتيجية الكذب والانحياز والمبالغة والتضليل لصالح المؤسسة السياسية أي أن إعلام المعادي يستخدم هذه الإستراتيجية من أجل التحريف وتحطيم الخصم.

ما الذي يجب أن تراعيه الإستراتيجية الإعلامية المقاومة؟

يجب أن تنطلق إستراتيجية الإعلام المقاوم من خلال المحاور التالية:

١- توحيد حركات المقاومة بمقاومة واحدة تمهيداً لتوحيد الإعلام المقاوم وقبل الفعل العسكري المقاوم.

٢- الوصول إلى هدف المقاومة من خلال هذه الإستراتيجية والمتمثل في تحرير البلد وكنس المحتل وطرده عن كامل التراب الوطني.

٣- فضح كل أدوات الاحتلال وعناصره وكل مرجعياته الخبيثة.

٤- أن يسعى الإعلام المقاوم للاتصال مع وسائل الإعلام المهنية لنشر ما أمكن من رسائل المقاومة ومخاطبة العالم بلغة العصر وليس بلغة التخوين والتهويل من خلال خطاب إعلامي مقاوم متزن وواقعي.

٥- أن تمتاز الإستراتيجية الإعلامية بالمصداقية في النقل والعمق والتحليل ونشر الحقيقة.

٦- على الإعلام المقاوم أن يقوم بإستراتيجية إعلام تجمع عما بين الشرعية في المنهج والمعاصرة والتطور في الوسائل والأساليب والتكامل في الرؤية والتشخيص في العلاج كما أن من أهم الاستراتيجيات التي يجب أن يراعيها الإعلام المقاوم أن لا يغلب عليه الجانب الانفعالي والعاطفي والفوضوي في

تحليل إعلام المقاومة رغم أهميته في التعبئة فالموضوعية في التحليل وعمق التحليل ودقة التشخيص والترابط المنطقي واعتماد الحقائق الموثقة والإحصائيات الدقيقة فكل ما سبق ذكره يعني الاستمرار في ديمومة وتعضيد الإعلام المقاوم.

٧- إن الإستراتيجية الإعلامية المقاومة يجب عليها أن تكون مبادرة وأن تتجاوز ردود الاتصال بل إن أهم ما يجب أن تتضمنه الإستراتيجية الإعلامية المقاومة هي الابتكار والإبداع والمفاجأة لإرباك العدو وشل تفكيره، ومن هنا فإن المطلوب من الإعلام المقاوم أن يبقى متواصلاً مع جماهيره ومع كل الأحداث الساخنة في المنطقة، وأن يبتعد عن الغرور والاستعلاء مع التأكيد على ثقافة الاعتزاز بالله والصمود والابتعاد عن الانغلاق والعزلة.

٨- على الإستراتيجية الإعلامية المقاومة أن تبتعد عن الحملات الإعلامية المفتتة للطوائف وللأعراق سواءً بالتلميح أو بالتصريح بل عليها أن تعزز من اللحمة الوطنية والدينية والقومية والشعبية كي تبقى المقاومة في كل أبناء الوطن بأنها مقاومة الوطن كله تمثل كل الأطياف الوطنية والقومية والدينية، ولذلك يتطلب من الإعلام المقاوم أن يستفيد من أصحاب الخبرات الإعلامية والكفاءات الوطنية.

٩- التقويم الموضوعي لفعاليات الإعلام المقاوم والمقاومة نفسها ويعتبر هذا الركن من أهم أركان الإستراتيجية الإعلامية المقاومة وهو التقويم الموضوعي للإعلام العادي دون مبالغة أو تهويل أو انتقاص منه ودفع خطة تقويمه في إطار سياق المواجهة العسكرية والإعلامية.

١٠- الإعلام المقاوم مطالب بوضع إستراتيجية تعالج مواقع الضعف في التركيبة الاجتماعية للعدو ودراسة نفسية قواته والتركيز على مواطن الضعف واستغلالها بما يخدم مصلحة الإعلام المقاوم، وكذلك على الإستراتيجية الإعلامية المقاومة مطلوب منها أن يكون لديها مساحة من التكتيك والتغلغل للوصول إلى جمهور العدو وفهم المؤثرات التي تؤثر به حتى

يتم صياغة الخطاب الإعلامي المناسب له والعمل على متابعة ردود الأفعال لتعديل السلوك من قبل إعلام المقاومة.

من جهة فقد أجمع خبراء الإستراتيجية الإعلامية المقاومة أن للإعلام المقاوم مدرستين في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية:

أولهما: تبدأ من خلال تسليط الضوء على جرائم العدو المحتل والتي ترتكب من قتل وتدمير وخاصة الأطفال والنساء أي أن الإعلام المقاوم عليه أن يستثمر الجوانب المأساوية التي ترتكب بحق الشعوب المقهورة والمظلومة لكي يتمكن هذا الإعلام من فضح أهداف العدو وطلب تعاطف الرأي العام العالمي معه، لكن هذه المدرسة قد تجر الويلات على المقاومة حيث أن الرأي العام العالمي والمحلي لا يتعاطف معها ويحملها النتائج الوخيمة التي آلت إليها، ومن هنا ومن باب الاستثمار فإن المقاومة الوطنية الفلسطينية نجحت في بداية انتفاضة الأقصى واستفادت من قضية استشهاد الطفل أحمد الدرة، كما أن المقاومة الفيتنامية نجحت في فضح العدو الأمريكي عندما استغلت مشهد الطفلة الفيتنامية وهي عارية تحترق.

ثانيهما: تسليط الضوء على الصمود الأسطوري لشعب المقاومة والإعلان عن هذا الصمود من منطلق أن الصمود هو مقاومة والمقاومة صمود وعلى الإعلام المقاوم أن يشير إلى صمود شعوب أخرى صمدت أمام جحافل جيوش جرارة مثل صمود شعب مدينة "ستيلنغراد" أمام الجيش الألماني النازي وقدمت ضحايا بشرية تجاوزت المليون ونصف مليون وكذلك الثورة الجزائرية التي قدمت مليون شهيد خلال كفاحها ناهيك عن الدمار الذي أحدثته على صعيد الأرض والإنسان أو كما جرى مؤخراً في حرب غزة أمام التوحش الصهيوني والأمريكي في عام ٢٠٠٨ وأوائل عام ٢٠٠٩.

الفارق بين إستراتيجية الإعلام المقاوم والإعلام المهني:

إن الإعلام المقاوم انطلقت إستراتيجيته كما أشرنا من بوابة المقاومة بينما الإعلام المهني يغطي المقاومة كأي نشاط إعلامي يقدم به ومع ذلك فقد تحدثنا في الصفحات الماضية عن غياب إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم، وبالمناسبة فإن

الإستراتيجية الإعلامية تنطلق بشكل عام من إستراتيجية تعتمد على المصداقية والدقة والموضوعية ومن هنا فإن أي إستراتيجية إعلامية يجب أن تبدأ من تحقيق الأهداف التالية:

١- الفاعلية والعاطفية والوضوح والاستمرارية، ومن هنا فقد فعل المخططون الإستراتيجيون للإعلام المقاوم الجمع ما بين الحداثة والتراث في الوسائل والأساليب والتكامل والرؤيا.

٢- أن تنطلق التعبئة الإعلامية والتغير الإعلامي على أسس عقلانية والابتعاد عن الخطاب الإعلامي الانفعالي، وبالرغم من أهمية الخطاب الإعلامي الانفعالي في تجييش العواطف فإن هذا التجييش يجب أن يكون مؤقتاً والمقاومة لا تعيش ظروف آنية لحظية فإن أرادت الاستمرار فعليها أن تنطلق من الخطاب الإعلامي العقلاني الذي ينطلق من الموضوعية وعمق التحليل ودقة التشخيص والاعتماد على الحقائق الدافعة والإحصائيات الدقيقة فكلها عوامل تساهم في تعضيد العمل الإعلامي المقاوم.

٣- الابتعاد ما أمكن عن ردود الأفعال ويجب أن يكون الخطاب الإعلامي المقاوم مبادراً في مواقفه وتجديدياً في منتجه الإعلامي أي على الإعلام المقاوم أن يبتعد قدر الإمكان عن تقليد إعلام العدو بل عليه أن يريك إعلام العدو بالمبادرات الجديدة ووسائل الحرب النفسية التي لم يألفها العدو فكل هذه المنطلقات تزيد من فعالية الإعلام المقاوم وتشد انتباه جمهوره أولاً وإرباك جمهور الخصوم.

٤- التواصل مع جمهور المقاومة والابتعاد عن الاستعلاء والاستغناء والاستعداء مع الحفاظ على خصوصية ثقافة المقاومة التي ينتمي إليها هذا الإعلام وهو الاعتزاز بالله عز وجل والاعتزاز بقدرات المقاومة المؤمنة والأهم من ذلك إن الإعلام المقاوم يجب أن يبتعد عن الانعزالية والانغلاق، وعليه أن يعرف الميدان الذي يعمل فيه بحيث لا يكون غريباً عن الواقع.

٥- على الإعلام المقاوم أن يستخدم كل أدوات استراتيجيات الخطاب بشكل عام أي أن يقوم ما أمكن بتوظيف التلميح والاختصار والخطاب الغير مباشر ويبتعد عن الدخول إلى حفريات الطائفية والمحاصصة العشائرية والانقسام أي الوقوع في افخاخ الدولة المحتلة وتعريف الوحدة الوطنية للانقسام أو محاولة المساس بها وعلى الإعلام المقاوم أن يبتعد عن بث التصريحات التي تغذي الانقسام وعليه أن يختار المصطلحات التي تجمع الأمة.

٦- على الإعلام المقاوم يراعي استثمار كل الطاقات الخلاقة للأمة من خلال العمل على توظيف الكفاءات والاستراتيجيات والخبرات الداعمة لثقافة المقاومة من خلال الاستعانة بالشخصيات الفكرية والفلسفية والدينية التي تبرز الخطاب المقاوم ودوره في الفاعل في تثبيت العزائم والإرادة الحرة للأمة.

الفصل الخامس

الخطاب الإعلامي المقاوم

تحدثنا في نهاية الفصل الأول عن الخطاب الإعلامي المهني فأشرنا إلى مميزاته، أما هنا فإننا سنتحدث عن الخطاب الإعلامي المقاوم من حيث صفاته وطبيعته. فإننا ومن هنا فإن الطبيعة التي خرج منها الإعلام المقاوم هي استشعار الظروف الموضوعية التي يتوجب استحضارها في الحرب الإعلامية التي تستهدف عمق إعلام العدو ومواجهة الشبهات التي تحاول المساس بالمقاومة ونتيجة لضيق حجم مساحة الإعلام المقاوم في الإعلام المهني ولذلك على الإعلام المقاوم أن يتنبه إلى هذه النقطة خاصة عندما تحول الظروف المحلية والإقليمية عن إمكانية الاستثمار في قطاع الإعلام المقاوم، لذلك على الإعلام المقاوم أن يراعي في خطابه المواصفات والمتطلبات التالية ليتمكن من تجاوز العقبات وصولاً إلى جماهير المقاومة وأهم المواصفات التي ينبغي أن تتوفر في الخطاب الإعلامي المقاوم ما يلي:

١- الابتعاد ما أمكن عن التضخيم والتهويل والتهريج الدعائي الإعلامي.

٢- الابتعاد عن الحشو والتكرار وترشيد الاستهلاك اللغوي.

٣- الاهتمام بالقيمة الدلالية التواصلية للنص الإعلامي أي محاولة التجنب عن الإنشائية والخيال.

٤- الانتباه لعدم السقوط في فخ الحيادية فالإعلام المقاوم له قضية يقاتل من أجلها ولا يقبل الانزلاق حتى لا يقع بالهاوية.

٥- الابتعاد ما أمكن عن توظيف المشاعر الإنسانية حتى لا يظهر هذا الإعلام وأنه يعزز الثقافة الكربلائية البكائية وتوضيح ذلك لجمهور الاحتلال وجمهور المقاومة من منطلق أن الألم مشترك ما بينها.

٦- المحافظة على مصداقية المقاومة للحفاظ على مصداقية جمهورها وإيصال هذه المصداقية إلى جمهور العدو.

٧- الاستخدام الأمثل للمهارات التي تعتمد على الإقناع والتأثير من أجل تأكيد المواقف وكسب جماهير جديدة لصفوف المقاومة.

٨- رصد ردود أفعال جماهير المقاومة ليتمكن إعلام المقاومة من إمكانية تقييم خطاب المقاومة الإعلامي وإعادة النظر بالإستراتيجية الإعلامية.

٩- التنسيق ما بين المقالات الإعلامية لتوحيد ما أمكن أي توحيد لغة واستراتيجيات الخطاب الإعلامي المقاوم كالمصطلحات وتوحيد الأهداف والوسائل.

١٠- مراعاة تنوع لغة الخطاب بحسب الجهة التي تخاطب بها جمهور المقاومة كل حسب لغته، ومن هنا فإن لغة الخطاب الإعلامي للمقاومة يجب أن تراعي المنطلقات التالية:

أ- تعبئة جماهير المقاومة ذاتياً لبناء شخصية مقاومة متكاملة.

ب- شن حرب نفسية على العدو لهزّ معنوياته وتفكيك جبهاته الداخلية ما أمكن.

ج- إعلاء شأن الخطاب الإعلامي والقانوني والأخلاقي والإنساني المقاوم العالمي أي إشراك المجتمع الدولي بأن ما يجري على الساحة هو حرب إبادة وجرائم متوحشة ترتكب بحق شعب المقاومة وعلى سبيل المثال جرائم مثل مجازر صبرا وشاتيلا وقانا الأولى والثانية وملجأ العامرية ومحرقة غزة.

ماذا تريد الأمة من الإعلام المقاوم:

إن الأمة العربية والإسلامية الآن هي الوحيدة من الأمم التي تعرضت للإبادة والدمار والقتل والاحتلال فهي ضحية للمشاريع الغربية والرأسمالية ومن هنا فإن هذه الأمة تخوض معركة عنيفة وحامية الوطيس مع الوجود الصهيوني والأمريكي معاً، ولذلك فإن المسؤولية كبيرة تقع على عاتق الإعلام المقاوم من منطلق أن هذا الإعلام عليه أن يقدم للأمة ثقافة المقاومة ويستحضر كل التجارب الإنسانية التي خاضت معركة تحرير الإنسان والأرض، وتقديمها للأمة في مواجهة كل أشكال الهيمنة والغطرسة والعولمة الرأسمالية والإمبريالية العالمية المتوحشة، ومن هذا المنطلق فعلى الإعلام المقاوم أن يستحضر إنجازات الصمود والتحدي لشعب المقاومة، وأن يبرز فعاليات المقاومة ليصنع مشاريع النصر المرحلي تمهيداً لغرس ثقافة الانتصار القادمة في نفوس جماهير الأمة، وعليه أن يعزل ثقافة الانهزامية بل ويسعى إلى تقسيمها ما

أمكن، من منطلق أن الغرب هو الأعلى وأن العرب والمسلمين هم الأسفل بل علينا أن نستحضر خطاب العلو والعزة وأن الخسائر التي تقدمها الأمة دفاعاً عن الوطن هي خسائر قدمها قبلنا السوفييت في الدفاع عن مدينة مثل ستيلنغراد حيث تم تقديم نحو مليون ونصف قتيل دفاعاً عن أهداف الدولة والوطن معاً وكذلك أن لا تنسى بطولات شعب الجزائر والذي قدم مليون شهيد.

إن الإعلام المقاوم مطلوب منه أن يخفف منابع الدونية والعجز والضعف وانهيار الثقة بالذات وأن الإنجاز الذي يقدمه الإعلام المقاوم سيكون بين يدي الشعب من خلال تثبيت مصداقية المقاومة في قلوب وعقول الناس وعقول الجماهير العربية والإسلامية وعرض أعداد قتلى المحتل وإبراز خسائرها الفادحة، وأن كل ما يجري على الأرض هو من إنجازات المقاومة والتي تمكنت من تقطيع أفعى ما يسمى بالشرق الأوسط الجديد والكبير وأن قطار الشرق الأوسط الكبير الأمريكي قد تم إيقافه بفعل الضربات المتلاحقة التي نفذتها المقاومة العراقية بشكل خاص والفلسطينية واللبنانية بشكل عام.

إن الإعلام المقاوم مسؤول مسؤولية مباشرة عن تقديم وإبراز ثقافة المقاومة على أحسن صورة لإخراج الأمة من مستنقعات الإحباط والذل والهيمنة والعبودية وإعادة الروح المعنوية لجماهير الأمة في مواجهة العدو من غير تهويل ولا تهوين.

إن الإعلام المقاوم عليه أن يستحضر كل تضحيات الشعوب وأن يسعى لتحرير ثقافة الأمة من الخوف والاستبداد والجبن والنكوص الذي مورس على الإنسان العربي والإسلامي وتحطيم مقولة المنبطحين من أن القوة الأمريكية والصهيونية لا يمكن مواجهتها على اعتبار أن أمريكا هي أقوى دولة بالعالم وأنها عصية على الهزيمة والانكسار، وأن الجيش الصهيوني هو جيش لا يقهر بل إن الحقيقة أثبتت أن إذلال الأمريكيين في العراق وأفغانستان والصومال ولبنان وفلسطين أعطى مؤشراً قوياً حيث تم سحل الجنود الأمريكيين في الصومال والعراق ولبنان وقد نجحت المقاومة الصومالية في لحظة تاريخية من اصطياد المارينز

الأمريكي وجرهم بالشوارع، كما أن المقاومة العراقية تمكنت من قتل جنود أمريكيين وتعليق جثثهم على بوابة مدينة الفلوجة مدينة المقاومة والجهاد.

إن ثقافة المقاومة هي نقيض لثقافة الخوف لأنها هي البديل لمواجهة ثقافة الاستسلام من منطلق أن الشعوب الحرة والأبية لا تعرف الخوف بل إن العبيد هم الذين يرفضون المقاومة وثقافتها.

كيف يقوم الإعلام المقاوم من توحيد الأمة:

لاحظنا أن السياسية العربية ساهمت في تفرقة الأمة من منطلق أن الإستراتيجية العربية بعد حروبها مع الصهيونية توصلت إلى قناعة أن المواجهة والمقاومة ليست متوفرة في الظروف الحالية من منطلق أن الأمة ضعيفة وهذه حجة مليئة بالكذب فمن خلال النظر إلى الإمكانيات العربية والقدرات التسليحية للجيوش العربية نجد أنها أكبر عشرات المرات من القوة التسليحية الصهيونية ولذلك فإن النظام الرسمي العربي انحاز إلى خيار إستراتيجية الاستسلام وهذه الإستراتيجية ثبت فشلها فقد تمادت أمريكا والصهيونية على العرب والمسلمين وأثبتت سياسة المفاوضات العبثية انها خلقت لا جدوى فيها لكن المقاومة والدم والآلام هي التي وحدت الخطاب العربي الشعبي وأن أصوات الجماهير العربية التي طافت شوارع العواصم والمدن العربية أرسلت رسائل مزدوجة إلى صناع القرار في الداخل والخارج بأن الشارع العربي قادر على قلب كل الاستراتيجيات.

إن من يضع خطاب الأمة الحقيقي هو الإعلام المقاوم في الأصل وينطلق من هدفين الأول إعلامي والثاني جهادي، ومن هنا فإن مسؤولية الإعلام المقاوم تنطلق من إشاعة روح التماسك والتعاضد والاعتصام بالعقيدة والدفاع عن حقوق الإنسان وحرياته وكرامته، وإن التوحد ليس هدفه تجميع الأمة حول انتصارات المقاومة أو التعاطف مع آلامها وأوجاعها بل هدفه الالتفاف حول مشروع برنامج المقاومة لدعمها ومناصرتها والوقوف خلفها أي المشاركة بالمقاومة كل حسب إمكانياته ومواقفه.

ومن هذا المنطلق فإن الإعلام المقاوم يجب أن ينطلق من فقه الأولويات ومصلحة الأمة أولاً والمقاومة ثانياً من خلال مدى التزامه بتحقيق الخطة الإعلامية المرجوة منه وخاصة تسليط الضوء على إعلاء إستراتيجية المقاومة وأنها هي الأعلى وأن العدو هو المعتدي وهو الأسفل، وأن مقولة العدو بأنه لا يقهر بلا معنى فالمقاومة قادرة على قهره وإذلاله في ساحات المعارك.

أهمية الإعلام المقاوم ووظائفه

تنبع أهمية الإعلام المقاوم بشكل عام من دوره ووظيفته التي يؤديها، فوظيفته تنبع من طبيعة المعركة التي يخوضها فهو يعتبر أداة رئيسية لصد أصوات كل الفيالق والجيوش والمانشيتات الإعلامية الرديئة للمحتل، من منطلق أن الإعلام المقاوم هو مقاتل وإعلامي ثانياً.

ولذلك تنبع أهمية دور الإعلام المقاوم من أنه يمثل عين وأذن المقاومة على العدو من جهة وهو صوت المقاومة وسوطها من جهة أخرى، بل يمكننا القول إن أهم أسلحة المقاومة هو الإعلام ويدعم هذا القول ما يقوله خبير الإعلام السياسي كونيللي انتوني سميث في كتابه الجغرافيا السياسية للإعلام حيث يؤكد أن الإعلام هو مرتكز السيادة، بل إن الخبير الإعلامي "لوسيان كي تراسكوت" أكد على ذلك في مقالة كتبها في صحيفة انترناشيونال هيرالد تريبيون حيث يقول إن وسائل الإعلام يمكن أن تحقق لنا أغراضاً عسكرية حيث تحولت إلى سلاح في الحرب.

هذا وقد اعتبر خبراء الحرب أن الإعلام هو أهم مكونات منظومة السلاح حيث يقر النقيب ديفيد كونيللي مدير إدارة الشؤون الإعلامية في مقر القيادة الأمريكية بالكويت ينبغي أن نعدّ الإعلام أحد مكونات منظومة سلاح يمكن أن يحقق لنا أغراضاً عسكرية من غير أن يكون مهلكاً.

ومن هنا فإن منظومة الفكر العسكري ومخططي الحرب طالبوا بضرورة السيطرة على الإعلام بالوسائل المباشرة أو غير المباشرة أي من خلال استعمالهم الحرب الإعلامية في المعركة سواء ثم السيطرة عليهم أو شراء مواقفهم ما أمكن.

ومن هنا يلاحظ أن الأمريكيين في حروبهم وخاصة حروب المقاومة في فيتنام والعراق سعوا للسيطرة على مجريات التغطية الإعلامية تارة تحت ما يسمى بفبركة الأخبار وتارة من خلال الإعلام المرافق، هذا وقد أشارت المصادر إلى أن الأمريكيين سمحوا لحوالي ثلاثة آلاف من الإعلاميين الدوليين بالتواجد تحت مظلتهم في الكويت وقطر بشكل خاص بما فيهم ٥٠٠ مراسل موزعون ضمن الوحدات العسكرية في كافة أنحاء العراق، وهذا يثبت أهمية وجود الإعلام بالمعركة، وهنا يتساءل المراقب مادام هناك جيش للاحتلال فلابد من وجود مقاومة، وما دام هناك إعلام محتل يملك ترسانة ضخمة فلا بد من وجود إعلام مقاوم، ولذلك فمن الضرورة أن يقوم الإعلام المقاوم بتشكيل دولي لمواجهة الاحتلال وأعوانه وأن حضور الإعلام المقاوم هو بمثابة عيون تكشف عيوب الاحتلال وهزائمه.

ومن هنا فإن وظائف الإعلام المقاوم تنحصر في المحاور التالية:

١- ضخ مادة إعلامية دسمة تعبر عن موقف المقاومة وعقيدتها السياسية بشكل واضح والأهم من ذلك الإعلان عن رأس المقاومة وإنها موجودة وتحمل أيديولوجيا وفعل ميداني ولها موقف من الأحداث.

٢- الإعلاء من إنجازات المقاومة من خلال تسليط الضوء على فعالياتها ومبادئها والتبشير بآرائها وتميز أعمالها وإظهار صورتها النضالية.

٣- تكثيف البرامج التعبوية الحاشدة المعبرة عن المقاومة وثقافتها من خلال بث برامج وتحليلات إخبارية وحوارية بما يتوافق مع ثقافة المقاومة ومتطلعاتها.

٤- مطلوب من إعلام المقاومة أن يطبع بصماته الإعلامية في عقول وقلوب جمهورها وأعدائها.

٥- إخراس ولجم أصوات إعلام العدو وكشف كذبه وضعفه وخسائره العسكرية وفضح أباطيله وادعاءاته.

٦- تفكيك منظومة مراكز إعلام العدو من خلال شنه حرب نفسية معاكسة تستهدف تجمعاته وقواعده الشعبية.

٧- خلق حالة منافسة مهنية إعلامية تجعل إعلام العدو مجبراً على التعاطي مع المقاومة من باب التنافس المهني.

٨- رفع معنويات جماهير المقاومة والمساهمة في تحصينها ضد سياسات التثبيط للعزائم ومقاومته محاولة زرع الفتن وضرب الجبهة الداخلية للمقاومة.

ولن تتم هذه الوظائف إلا من خلال خطاب سياسي مقنع وتعبئة جهادية وعقائدية تعلو من شأن الجهاد والاستشهاد في سبيل الله ثم الوطن والأمة.

إنجازات الإعلام المقاوم:

من الظلم بمكان أن نقارن ما بين الإمكانات العسكرية والإعلامية للمقاومة وما بين الإمكانيات العسكرية والإعلامية للمحتل الأمريكي والصهيوني من منطلق أن إمكانيات المقاومة هي إمكانيات بسيطة فعلى الصعيد العسكري لا تتجاوز إمكانياتها العبوات الناسفة وصواريخ الكاتيوشا والقنابل والصواريخ المضادة للدبابات والكلاشينكوف ، وعلى الصعيد الإعلامي فأسلحة المقاومة الإعلامية لا تتعدى كاميرا محمولة وفيديو وسي دي وأجهزة خلوية محمولة بالكاميرا مع ذلك فقد حققت المقاومة وإعلامها المقاوم إنجازات كبيرة وانتصارات مذهلة عجزت عنه الحرب التقليدية، ومن هنا فإن الإعلام المقاوم قدم دوراً متميزاً في الدفاع عن مشروعية المقاومة وإعلاء شأن إنجازاتها وبث فلسفتها ووظيفتها من خلال شرح أهداف المقاومة وأسبابها ومشروعيتها وإبراز زعماتها وقيادتها وشرح وجهة نظرها بل إن من أهم إنجازات المقاومة تكمن فيما يلي:

١- إقناع جمهور المقاومة بمشروعية المقاومة من خلال الحرص على متابعة أخبار المقاومة وتبني مواقفها والمساهمة ما أمكن في الدعوة والتعبئة للمقاومة بين كافة فئات الشعب المتردد منهم والمحايد.

٢- الإعلام المقاوم تمكن من كشف الجرائم الغير أخلاقية "أبو غريب"، والمجاز والمقابر الجماعية وعمليات الإبادة التي يتعرض لها شعب المقاومة، وهنا نؤكد أن إعلام المقاومة تمكن من قلب السحر على الساحر حيث تمكن من تحقيق نصر إعلامي على إعلام المحتل رغم محدودية إمكانيات إعلام المقاومة.

٣- نتيجة بسالة المقاومة وكفاءة إعلامها المقاوم فإن هذا الإعلام فرض أجندته على الأوساط الإعلامية الدولية والمحلية وإن المقاومة تحولت من حركة تمرد كما يردد إعلام العدو حيث تحول المنطق إلى الاعتراف الدولي بها والاعتراف بأنها مقاومة مشروعة.

٤- إعلام المقاومة تمكن من اختراق إعلام العدو المحتل وتمكن من قلب المفاهيم التي كانت سائدة عن الشخصية العربية بأنها شخصية عاجزة وسلبية بينما الشخصية الصهيونية شخصية إيجابية!!!

٥- تمكن الإعلام المقاوم من تصحيح المفاهيم السائدة عند الغرب عن الصراع العربي الصهيوني وطبيعة هذا الصراع وأبعاده الحضارية والإنسانية.

٦- تمكن إعلام المقاومة من تغيير الصورة السائدة عن العرب بأنهم معتدون وأن إسرائيل هي الضحية دائماً كما ورسخ قناعات جديدة عند رأي واسع من الشعب الغربي بأن إسرائيل عدوانية ومتوحشة ذات نزعة إجرامية.

٧- إعلام المقاومة تمكن خلال فترة وجيزة من تغيير الصورة النمطية عن الجندي الأمريكي والصهيوني بأنه شجاع فلا يقاوم ولا يواجه، وإن الإنسان العربي ضعيف ومهزوم نفسياً ومتخلف عقلياً، وهذا ما كان أن يحدث في تغيير هذه النمطية لولا بسالة وصمود شعب المقاومة والمقاومة ذاتها.

٨- إعلام المقاومة تمكن من اختراق الرأي العام وترسيخ قناعات جديدة في إذهان الأوساط الشعبية والنخب السياسية والعسكرية من أن استمرار الاحتلال مستحيل.

٩- إن الإعلام المقاوم قادر على استخدام وسائل الإعلام في أوقات السلم كما ينجح بها في أوقات الحرب.

١٠- نجح إعلام المقاومة خلال فترة وجيزة بأن يشكل نموذجاً حياً لكيفية خوض المعركة الإعلامية مع الدولة المحتلة وأضاف منارة جديدة لتعرية مستقبل الصراع الإعلامي مع الصهيونية والامبريالية.

الفصل السادس

نماذج من تجارب الإعلام العربي المقاوم

دخل الإعلام المقاوم العربي ساحة الإعلام المهني جنباً إلى جنب، وقد دخل هذا الإعلام تحت مسميات عديدة منها الإعلام الدعائي والإعلام السياسي والمقاوم والإعلام الأيديولوجي وهذا ما يطلق عليه مصطلح الميدولوجيا، أي الإعلام الأيديولوجي. فقد ظهر هذا الإعلام بعد ثورة الاتصالات منذ أواسط القرن الماضي، وقد أشرنا إلى أن هذا المصطلح توافق مع ما أطلق عليه المفكر الفرنسي دوبريه للإعلام بأنه إدارة الوضوح في الأقوال والأفعال وقدرة الكلمات على إيصال الحدث من خلال التحقيق والتقرير والخبر والبناء يجعله تظهيراً للواقع في أي مجتمع من المجتمعات، وقد برز هذا النوع من الإعلام بشكل جلي مع بداية حركات التحرر الوطني ولكن ليس من منطلق مهني بل ضمن الأدوار التي يؤديها الإعلام المهني والذي يقوم بتغطية فعاليات الشعوب التي تناضل مع أجل التحرير والحرية والاستقلال وتقرير المصير.

نشأة الإعلام المقاوم على الساحة العربية:

التجربة المصرية في حقل الإعلام المقاوم:

مصر أول دولة عربية استخدمت الإعلام في جميع شؤون الحياة، والإعلام المصري برز في واجهة الأحداث وخاصة مع بروز ثورة ١٩٥٢ على الساحة المصرية والعربية والعالمية وخاصة الخطابات التي كان يلقيها الرئيس الراحل جمال عبد الناصر فكانت إذاعة القاهرة هي ملهبة الجماهير العربية، وأما ثقافة المقاومة العربية فقد بدأت في فلسطين والعراق وسوريا وغيرها من الدول العربية لكن الإعلام المقاوم برز مع بداية العدوان الثلاثي الذي شنته ثلاث دول معادية للأمة العربية هي إسرائيل وبريطانيا وفرنسا، للضغط على مصر لتغيير مواقفها السياسية وعلى رأسها قرار تأميم قناة السويس، وكان هدف هذه الحرب الغادرة على مصر هو كسر إرادتها القومية.

وقد وضعت القيادة السياسية والعسكرية المصرية خطة لمواجهة العدوان وقد نصبت الخطة الإعلامية المقاومة على النحو التالي[1].

١- تعبئة الشعب المصري للوقوف خلف قيادته السياسية في مواجهة العدوان الثلاثي، وقد نجحت في ذلك حيث التحم الشعب المصري بكل فئاته لمقاومة المعتدين.

٢- الإعلام المصري بكل أصنافه جند كل أدواته لمواجهة العدوان فعلى سبيل المثال الصحافة المصرية القومية والوطنية جندت كل إمكانياتها ولم تشذ أي صحيفة مصرية عن الانخراط في دعم مقاومة الشعب المصري ضد الغزاة حيث جاء التهديد في كل ألوان الخطاب الإعلامي من الخبر إلى المقال إلى التحليل الإخباري والكاريكتير، وقد وقفت الصحافة المصرية منددة بالعدوان الغاشم فقد وصفت الصحف المصرية بأن المعتدين هم أعداء السلام العالمي وأعداء حرية الشعوب في عصر وصف بأنه عصر حركات التحرر الوطني.

من جهة أخرى فقد كثفت الصحف المصرية من زيادة أعدادها وإرسالها إلى كل المحافظات المصرية وامتاز الخطاب الإعلامي المقاوم المصري بالمصداقية والجرأة في الطرح من خلال إعلاء شأن المقاومة المصرية وخاصة في بورسعيد.

وفي مجال الإذاعة فقد كان تأثيرها أكثر من الصحافة على الرأي العام المصري فقد تابعت الأحداث لخطة بلحظة، وقد انقسم الخطاب الإعلامي المقاوم في الإذاعة على النحو التالي:

القسم العام فقد لجأ إلى الأسلوب العاطفي تارة والعقلي تارة أخرى حيث اعتمدت إذاعة صوت العرب على التعبئة العاطفية بينما الإذاعة الموجهة لأوروبا وأمريكا اعتمدت على الحقائق والإحصائيات لمخاطبة العقل الغربي.

القسم الخاص: فقد ركزت برامج النسخ الخاص على الأناشيد والأغاني الشعبية لما لهذا الفن الشعبي من قدرة في التأثير على الجماهير والتي ساهمت في رفع الروح المعنوية للشعب.

وقد أثبتت الإذاعة المصرية وجودها وحضورها في دعم الإعلام المقاوم وثقافة المقاومة ولذلك تعرضت للقصف من قبل الطائرات المعادية ورغم ذلك فقد أشادت بالبسالة والصمود الذي أبداه الشعب المصري في بورسعيد حيث لفتت اهتمام العالم وأصبحت كلمة بورسعيد من الكلمات المثيرة ضد الحرب وتجار الحرب ودعاة الحرب.

وقد تعرضت القيادة المصرية والشعب المصري أثناء العدوان لحرب نفسية مركزة، فقد أعلن مندوبو بريطانيا وفرنسا وإسرائيل في هيئة الأمم المتحدة بأن مصر استسلمت نهائياً وأن الجيش البريطاني والإسرائيلي والفرنسي وصل القاهرة، وأن القيادة المصرية أعلنت انتهاء الحرب وأن البلد انتهت.

ولكن الحقيقة بخلاف ذلك فبعد خمسة دقائق من بداية الجلسة في الجمعية العامة للأمم المتحدة أعلن المندوب المصري أن الأخبار التي ترد من القاهرة تؤكد أن النظام المصري متماسك وأن الشعب المصري مازال يقاوم ببسالة وقد أثّر بيان المندوب المصري على قرار المندوبين في الجمعية العامة واستمروا في قرارهم للتنديد بالعدوان الهجمي على مصر.

إعلام العدو: لجأ إلى الكذب والتضليل حيث جاءت تغطيته للأحداث بأن الجيش الفرنسي وصل إلى الإسماعيلية وهذا ما قالته الحكومة الفرنسية والحقيقة كانت بعدم وجود أي أثر لجندي فرنسي بسبب المقاومة الضارية التي أبداها الجيش والشعب المصري وكذلك جرى نفس الموقف مع البرلمان البريطاني، فقد استغل الإعلام المصري المقاوم موقف حزب العمال البريطاني حيث اتصلت الحكومة المصرية مع زعيم الحزب وأعطته الموقف الحقيقي الذي يجري في مصر حيث تم إرسال أفلام وثائقية تتحدث عن مجريات الأحداث وعلى الفور عرض رئيس حزب

العمال هيور جنيسكل أمام أعضاء مجلس العموم هذا الشريط حيث فضح الحكومة البريطانية عن الجرائم التي ارتكبتها في بورسعيد من تدمير للمنازل وتجريف الشوارع المدينة وتحولت المدينة إلى أشلاء وأصبح بعض أحيائها أكواماً من التراب وليس نزهة كما يدعي رئيس الحكومة.

وهذا مما دفع صحيفة الديل ميل البريطانية إلى القول بأن مصر كسبت المعركة التي خاضتها بفضل رئيسها من جهة وبفضل حجتها القوية من جهة أخرى، فإن النجاح كان للإعلام المصري المقاوم الذي كان يؤدي لبلاده خدمة جليلة.

فيما اعتبر المتحدث باسم الحكومة البريطانية أن الإعلام المصري المقاوم انتصر على الإعلام البريطاني، وكان لا بد للحكومة البريطانية أن ترصد ٢٥ مليون من الجنيهات للإعلام البريطاني لكي يتغلب على الإعلام المصري الذي لم تتعد ميزانيته مائة ألف جنيه بما فيها مرتبات الموظفين.

كما واعترف رئيس الوزراء الصهيوني بن جوريون بانتصار الإعلام المصري المقاوم وقد أطلق عليه الدعاية المصرية.

الإعلام الفلسطيني المقاوم

منذ أن سقطت فلسطين بيد الصهاينة بدأ النضال العربي والفلسطيني معاً لمقاومة الوجود الصهيوني في فلسطين حيث انطلقت الثورات الفلسطينية واحدة تلو الأخرى لمقاومة الاحتلال البريطاني والوجود الصهيوني معاً في كافة أرجاء فلسطين، ولا أريد أن أتحدث عن تاريخ النضال الفلسطيني منذ أن بدأت قطعان الصهاينة تتوافد على فلسطين إلى أن تم احتلالها عام ١٩٤٨ أي ما نسميه بالنكبة ولاحقاً بهزيمة ١٩٦٧ وبذلك تكون فلسطين الأرض والتاريخ والإنسان بيد الصهاينة وعملائها، وبإمكان القارئ الكريم أن يرجع إلى كتابنا الموسوعي الذي نتحدث فيه عن ثقافة المقاومة في الفكرين الإسلامي والغربي حيث أفردت فيه نماذج من

حركات المقاومة التي ناضلت الاستعمار والاحتلال ومن بين هذه الحركات المناضلة والتي مازالت تناضل لغاية الآن هي المقاومة الفلسطينية وهي أطول مقاومة مازالت تناضل حتى الآن، ومن هنا فإن حديثنا سينصب الآن على إعلام المقاومة الفلسطينية ودوره في مقاومة الاحتلالين البريطاني والصهيوني لاحقا.

منذ البداية علينا أن لا نبالغ كثيراً فمنذ سقوط فلسطين وغيرها من الأراضي العربية التي وقفت في بداية الاستعمار سواء أكان بريطانياً أم صهيونياً أم فرنسياً جاءت بسبب تفكيك الدولة العثمانية وتقسيمه تركتها من جهة والنتائج الوخيمة التي أعقبت المنطقة بعد اتفاقية سايكس بيكو حيث تم احتلال فلسطين وإعطاءها للصهاينة واحتلال لبنان وسوريا والأردن والعراق من ناحية أخرى.

هذا وقد كان حال العالم العربي متخلفاً ثقافياً وسياسياً واقتصادياً ولذلك فإن خلق ثقافة للمقاومة يرفدها إعلام مقاوم كانت صعبة للغاية بسبب انتشار الأمية والمرض والجهل وهذا المثلث ساهم في حبس ولادة ثقافة شاملة للمقاومة وبالتالي وجود إعلام مقاوم، ومع ذلك بدأت جيوب المقاومة، في فلسطين سواء على مستوى المقاومة المسلحة والمقاومة الثقافية من خلال المنبر التقليدي والمتمثل بالمسجد والدين حيث انطلقت ثورة القسام وغيرها من حركات المقاومة كما وساهمت الحركة الشعرية الفلسطينية في دعم ثقافة المقاومة وكان على رأس هؤلاء الشعراء إبراهيم طوقان وغيره من شعراء الأراضي المحتلة لإعلاء جذوة النضال الفلسطيني لكن الإعلام الفلسطيني لم يكن حاضراً بالمعنى الحقيقي للإعلام وحتى لم يواكب التطورات التي جرت على الساحة الفلسطينية مع انطلاقة المقاومة ومع ذلك يسجل لصحيفتي الكرمل والأصمعي في دعم مسيرة النضال الفلسطيني لكن تأثيرهما كان محدوداً بسبب ما أشرت إليه أن المجتمع الفلسطيني كانت ظروفه قريبة من المجتمع العربي بسبب انتشار الأمية والجهل وبالمقابل فإن الصهاينة عندما دخلوا فلسطين جاءوا على شكل حرب عصابات مدججة بالسلاح والوعي فقد تمكنوا خلال فترة وجيزة من تحقيق انتصارات كبيرة ومارسوا أبشع أشكال الحرب

النفسية على عرب فلسطين خلال ارتكاب مجازر بشعة في دير ياسين وكفر قاسم، وهذه المجازر التي لجأ إليها الصهاينة تمكنت من إدخال الرعب في قلوب الفلسطينيين وساهمت في إخراجهم من بيوتهم تاركين قطعان الصهاينة والجيش البريطاني ليمارسوا أبشع أشكال الأعمال الوحشية من خلال الاستيلاء على المنازل وحرقها وقتل من بقي من الأطفال والنساء والعجزة، إن الحرب النفسية التي شنها الصهاينة على عرب فلسطين خلقت الأرضية المناسبة لنكبة عرب ١٩٤٨ إضافة إلى عجز القوات العربية في الدفاع عن فلسطين وهزيمتها النكراء، لنستمع ماذا يقول أبرز زعامات الحركة القومية والوطنية الأردنية الشهيد وصفي التل عن الحالة التي كانت في تلك الحقبة حينما دخل الصهاينة أرض فلسطين وخلال مرحلة النكبة.

إن تحقيق حلم عسكري حاسم على الصهاينة لم يكن حلماً أسطورياً بل كان هدفاً قابلاً للتحقيق إذا ما توفرت الإرادة السياسية من خلال إستراتيجية عسكرية، حيث طالب التل العرب بتسوية كل التناقضات مع الصهاينة مع التركيز على مواجهة كل أشكال التخلف والتجزئة والاستغلال والرجعية، وهنا يحدد لنا وصفي التل ظروف مجزرة دير ياسين ودورها في إدخال الرعب إلى قلوب عرب فلسطين ويشير إلى استفحال الجهل والغباء الذي كان يغرق به المجتمع الفلسطيني آنذاك يقول التل مرة أخرى: بالرغم ما تتصف به هذه المجزرة من نذالة ووحشية لكنها عملية مليئة بإبداع عسكري محكم قام به العدو الصهيوني على أساس خطة محكمة مرسومة لهزيمة العرب نفسياً وإعلامياً وإرهابهم وقد توفق المحتل لتحقيق هذه الغاية من خلال نشر الرعب والهلع في صفوف العرب ومازال هذا الرعب يتردد إلى مرحلة ما قبل حرب غزة عام ٢٠٠٨- ٢٠٠٩ وحرب لبنان والتي استمرت ٢٢ عاماً وكذلك حرب المقاومة الإسلامية في عام ٢٠٠٦.

المهم ما نريد أن نقوله في قصة دير ياسين أن العدو لم يفعل شيئاً سوى أنه قتل وشنع بأهالي دير ياسين أي أنه قام بالخطوة الأولى من هذه المعركة النفسية أي إحداث صدمة نفسية للعرب أما الذي أتم وأكمل خطواتها وجعلها حقيقة واقعة لمصلحة العدو فهو نحن بعواطفنا الرخيصة وصياحنا ومناداتنا بالعويل والثبور وحتى

توزيع الصور عن المذبحة، جميع هذه الخطوات قمنا بها بأنفسنا وتصاريح زعمائنا وإذاعاتنا وصحفنا إن عملية دير ياسين ليست بجديدة في تاريخ الحروب وأقرب مثال على ما اتبعه الألمان خلال غزوهم لهولندا وبلجيكا وفرنسا بذاتها ، بل تعمل كأداة نفسية فعالة تنشر الرعب والهلع، في صفوف المدنيين.

وخلال إشارتنا في الصفحات السابقة لتعريف الحرب النفسية فإن دورها مثل دور القتال فالإعلام الدعائي يؤدي دوراً كدور الدبابات والطائرات ولذلك لابد من وجود إعلام دعائي يواجه إعلام العدو ووسائل الحرب النفسية التي يواجهها، والعرب جهلوا هذا الصنف من الحروب من منطلق عدم اهتمامهم بعلم النفس والأهم أنها لم تكن معروفة من منطلق أن الحرب النفسية لها وسائلها الخاصة وسلاحها المضاد وطرق الوقاية منها، ولها في الأمم المحاربة وجهاز منظم وقيادة تتبع أسساً وأصولاً خفية مدروسة، ومن هنا يؤكد التل أننا كنا في غفلة من هذا النوع من القتال، ولذلك وقعنا في أحبولة العدو فريسة سهلة وكان الأولى أن لا تنشر مثل هذه القصص بل تكتم وتهون وألا تحدث أي خوف وهلع بل تذكي ناراً هادئة على الانتقام[٢].

ما أريد أن أذكره عن معركة دير ياسين هي أنها أصبحت إستراتيجية عسكرية إعلامية صهيونية حينما يريد الصهاينة احتلال أي منطقة عربية حيث أن الحرب النفسية التي طبقت في فلسطين تم تطبيقها في لبنان.

بعد حرب ١٩٤٨ هدأت جذوة المقاومة الفلسطينية واحتل اليهود الصهاينة نحو ٧٨٪ من أرض فلسطين وبدأ المجتمع الفلسطيني ينظر إلى طبيعة المرحلة القادمة وبدأت عملية التهجير القسري إلى خارج فلسطين، واتجه الفلسطينيون على التعليم لتحقيق شروط الوعي ومواجهة تبعات هذه المرحلة، ولكن المنطقة لم تهدأ فقد بدأت مرحلة مأساوية جديدة تطل برأسها على المشهد الفلسطيني والعربي معا فكانت إسرائيل تعد لحرب عام ١٩٦٧ حيث أعدت إسرائيل والغرب إعداداً جيداً لهذه الحرب ولكن العرب كان موقفهم العسكري والإعلامي متردياً جداً وخلال ساعات سقطت أراضي عربية جديدة في يد إسرائيل وهي الجولان السوري والضفة

الغربية بما فيها القدس وسيناء وهذا تم كله بمساندة أمريكية وغربية غير معقولة وهذا النجاح في الحقيقة يسجل للإستراتيجية الصهيونية التي سنتحدث عنها لاحقاً بالإضافة إلى الإستراتيجية الأمريكية في المنطقة.

الإعلام الفلسطيني بعد مرحلة الهزائم العربية:

بعد كل هذه الهزائم المتلاحقة توصل الفلسطينيون إلى قناعة ثابتة أنه بدون أن يدخل الشعب الفلسطيني إلى حلبة المواجهة مع الصهيونية فإن قضيتهم الفلسطينية ستموت مع الأيام ولذلك جاء إنشاء منظمة التحرير الفلسطينية لتقوم بمهمة الإعداد للمقاومة العسكرية والسياسية والإعلامية، وهنا بدأت ملامح ثقافة المقاومة تشكل بشكل منظم بين أبناء الشعب الفلسطيني لأنه يبدو أن الدخول في مواجهة عسكرية تقليدية مع الصهاينة لن يتم فيها بنجاح بسبب الدعم الغربي الكبير الذي يقدم للصهاينة من المال والسلاح والعتاد وهذا التصور يبثه الإعلام العربي العاجز لكن الحقيقة عكس ذلك فالعرب يملكون المال والعتاد والسلاح لكنهم لا يملكون إرادة القتال لكن ثقافة المقاومة أعادت تشكيل الإنسان العربي والفلسطيني وقد تشكل الإعلام الفلسطيني المقاوم منذ أن انطلق أول فصل فلسطيني مقاوم فظهرت حركة فتح والجبهة الشعبية لتحرير فلسطين والديمقراطية، لكن هذه الحركات غيبت العمل الإعلامي وركزت على العمل المسلح واعتقدت أن الإعلام العربي سيؤدي المهمة وقد أشرنا إلى صيغة الإعلام العربي بأنه إعلام مهزوم ومأزوم بسبب ارتباطه مع النظام الرسمي العربي والذي خرج من المعركة، ومن هنا فقد نشط الإعلام الصهيوني في دوائر صناعة القرار الدولي يقوم بالدفاع عن قضاياه ومشروعية وجود دولة إسرائيل في محاربة الفلسطينيين تحت مسمى محاربة الإرهاب وجماعات العنف السياسي كما أن بعض الفصائل الفلسطينية تورطت في اختراقات أمنية في عدد من الدول الغربية وتورطت في حروب أهلية جرت على الساحتين الأردنية واللبنانية وبذلك دخلت قاموس المنظمات الإرهابية بكلتا يديها.

ومن هنا فإن إمكانيات الإعلام الفلسطيني كانت ضعيفة وهذا الإعلام غير قادر لوحده على مجابهة الصهاينة والأخطر أن الإعلام الصهيوني استغل تورط حركات المقاومة الفلسطينية في الأردن ولبنان بل وصل الأمر إلى أن أي عملية فدائية تنفذ خارج الأراضي المحتلة أو داخلها اعتبرها الإعلام الصهيوني بأنها عمليات تخريبية وإرهابية، وأن كل الأعمال التي تقوم بها إسرائيل من تصفية لقيادات المقاومة هو عمل مشروع من منطلق أن إسرائيل تحارب الإرهاب أينما كان فقتلت ومازالت تقتل أي قيادي من قيادات المقاومة الفلسطينية تحت هذا التبرير.

لقد برز الإعلام الفلسطيني بشكل خاص في السبعينات من القرن الماضي وخاصة الإعلام المكتوب أو المطبوع فبرزت مجلات تتحدث باسم المقاومة الفلسطينية خاصة في لبنان بسبب أجواء الحرية فقد عبرت المقاومة عن فلسفتها سواء بإصدار مجلات دورية متميزة تأتي باسمها أو بتمويل منها مثل مجلة الهدف الناطقة للجبهة الشعبية لتحرير فلسطين ومجلة فلسطين الثورة الناطقة باسم حركة فتح هذا وقد تغير الواقع الإعلامي العربي بعد حرب ١٩٧٣ وتغيرت معه الصورة العربية والجندي العربي وبدأت ملامح إمكانية تغير صورة الجيش الإسرائيلي الذي هزم قبل عام ١٩٧٣ في معركة الكرامة ١٩٦٨ الذي وقف فيه الجيش الأردني مع المقاومة الفلسطينية وحطموا نظرية مفادها بأن الجيش الإسرائيلي لا يقهر وبالفعل جاءت حرب ١٩٧٣ لتؤكد انتصار الإرادة العربية على الصهيونية وعندها شعرت الصهيونية أنها بدأت تتراجع وإن صورتها الحقيقية انكشفت فأقدمت على احتلال جنوب لبنان تحت مبرر تصفية المنظمات الإرهابية المقاومة الفلسطينية وكانت هذه العملية الكارثية لإعادة الاعتبار للجندي الصهيوني وتحسين صورته بعد معركة الكرامة ومعركة ١٩٧٣ والإعلام الفلسطيني ومعه العربي فشلا في الدفاع عن مسوغات هذا العدوان ولم يستغل المجازر التي ارتكبتها إسرائيل بحق الفلسطينيين في لبنان وبقيت هذه الصورة إلى أن تفجرت المقاومة في ١٩٨٧.

وفي بداية الثمانينات تطور الإعلام الفلسطيني فقد تم بروز الإعلام الإذاعي المقاوم فقد تمكنت الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين القيادة العامة من إنشاء إذاعة

القدس والتي تبث من دمشق وكان لهذه الإذاعة دور بارز في كسر الحصار الإعلامي المفروض من الصهاينة على فعاليات المقاومة الفلسطينية وخاصة مع انطلاقتها الأولى في عقد الثمانينات وفي الانتفاضة الأولى عام ١٩٨٧، وتميزت إذاعة القدس بقدرتها على التفاعل مع الشارع الفلسطيني والمشاركة في تعبئة فلسطينيي الداخل الذين طالما تعرضوا لمحاولات الإحباط والتضليل من قبل العدو.

ومن جهة أخرى فإن ملامح المقاومة الفلسطينية الناضجة بدأت تتشكل في الأمن خلال المرحلة وخاصة بروز شخصيات إعلامية وفلسطينية وعلى رأس هؤلاء الإعلاميين البارزين الذين عبروا عن طبيعة الصراع العربي الصهيوني الإعلامي المخضرم والصحافي الفلسطيني ناجي العلي فكانت أعماله بمثابة مؤسسة إعلامية مقاومة بحد ذاتها.

وعلى ضوء ما سبق ذكره فإن إعلام المرحلة التي سبقت انطلاقة الانتفاضة الفلسطينية الثانية أو انتفاضة الأقصى فكان للإعلام الفضائي دور كبير في هذا الشأن وخاصة مع بروز قناة الجزيرة ودورها في دعم مسيرة المقاومة الفلسطينية وقد بلغ التباين أوجهه خلال فعاليات هذه المرحلة حيث الإعلام العربي الصامت والذي عبر عن استراتيجيات الحكومات العربية فإن السلاح هو خيار استراتيجي خاصة بعد توقيع معاهدات السلام الأردنية الإسرائيلية والفلسطينية معاً.

ولذلك فإن دور الإعلام المقاوم انحسر أمام هذه الإستراتيجية على اعتبار أن الإعلام المقاوم هو حالة طارئة على الإعلام العربي وحالة شاذة من منطلق أن المقاومة هي حالة استثنائية وأن العرب طلقوا خيار المقاومة بما فيهم منظمة التحرير الفلسطينية بصفتها الممثل الوحيد للشعب الفلسطيني. بل إن الإعلام الرسمي العربي تحول إلى جهاز لتضخيم المصطلحات المزيفة التي تبثها ماكنة الإعلام الغربي والأمريكي لتزييف الحقائق، ولهذا فإن ولادة الإعلام المقاوم جاءت لتصحيح هذا التزييف وبثه في عقول وقلوب الجماهير العربية فأصبحت المقاومة إرهابا والمقاوم إرهابي ولذلك لابد من خلق خطاب إعلامي مقاوم ينطلق من ثقافة المقاوم وحركات المقاومة الفاعلة.

ولادة الإعلام المقاوم المهني الفلسطيني :

على ضوء الظروف العربية والدولية انحسر الخطاب المقاوم الإعلامي أمام الخطاب الإعلامي العربي الذي تبنى استراتيجيات المفاوضات والسلام ولذلك شعرت حركات المقاومة وخاصة بعد التطورات التي مرت بها القضية الفلسطينية بعد أحداث انتفاضة الأقصى إلى ضرورة وجود إعلام مقاوم أسوة بالمقاومة اللبنانية ممثلة بحزب الله الذي نجح في تجربة الإعلام المقاوم.

من جهة أخرى برزت خلال بداية التسعينات الحركات المقاومة الفلسطينية التي تعمل خارج إطار منظمة التحرير الفلسطينية وهي حركة الجهاد الإسلامي وحركة حماس وسوف نسلط الضوء على تجربة حركة حماس في حقل الإعلام المقاوم.

تجربة الإعلام الفلسطيني المقاوم الحمساوي :

في اللحظة التي انطلقت أول مجاميع المقاومة الإسلامية الحمساوية منذ تأسيس الجناح العسكري لحماس برز الإعلام المقاوم كرديف لها ولذلك سعت القيادة السياسية والعسكرية لحركة المقاومة الإسلامية حماس بضرورة وجود جناح إعلامي وقيادة إعلامية مقاومة تعبر عن توجهات الحركة وتدعم ثقافة المقاومة فكانت البداية بولادة المكتب الإعلامي الذي خرج من معطف كتائب عز الدين القسام الجناح العسكري لحركة حماس فقد انطلق الإعلام الفلسطيني المقاوم لحركة حماس عام ٢٠٠١ حيث انطلقت النواة الأولى له بتاريخ ٢٠٠١/٣/٨ وقد تم إطلاقه تحت مسمى المكتب الإعلامي لكتائب عز الدين القسام وذلك ضمن الجهد المبذول لتطوير عمل وأداء الإعلام المقاوم للمساهمة في مقاومة الاحتلال على الصعيد الإعلامي والفكري والثقافي.

إستراتيجية الإعلام الحمساوي المقاوم:

انطلق خطاب الإعلام المقاوم الحمساوي من خلال إستراتيجية واضحة المعالم ورسالة إعلامية مقاومة محددة، وأهداف واستراتيجيات عملية وقيم سامية لضمان تسخير الجهد والموارد بما يحقق الخطة الإستراتيجية للجناح العسكري للمقاومة والتي هي إستراتيجية حركة المقاومة والتي انطلقت من الاستراتيجيات التالية[٢].

١- بث الصورة الحقيقة للمقاومة الفلسطينية وتطويرها لجرائم العدو عبر جهاز إعلامي متكامل.

٢- إبراز الوجه الحقيقي للمقاومة ودورها الفاعل في حسم الصراع مع الصهاينة.

٣- تحقيق رؤيا المكتب الإعلامي ورسالته من خلال عدد من الغايات التي ينبثق عنها كل استراتيجيات عمل تحدد الخطوط العريضة للمقاومة.

المهام المتاحة بالمكتب الإعلامي :

انطلقت المهام المتاحة بالمكتب الإعلامي التابع لحركة حماس بما يلي[٣]:

١- إصدار البيانات والبلاغات العسكرية وعقد المؤتمرات الصحافية.

٢- متابعة ورصد أخبار كتائب القسام ونقلها للعالم.

٣- التواصل مع الجناح العسكري والصحافة ووسائل الإعلام بشكل عام.

٤- تصوير المهمات والعمليات الجهادية الخاصة بالجهاز العسكري.

٥- تصوير وصايا الشهداء وإرسالها إلى وسائل الإعلام.

٦- متابعة الموقع الإلكتروني الخاص بالجهاز العسكري وتغذيته بالتقارير الإخبارية والبيانات.

٧- إنتاج الأفلام الوثائقية والأناشيد الجهادية والتي توثق إنجازات ومراحل العمل الجهادي.

٨- إصدار الإحصائيات الخاصة بشهداء القسام والأعمال الجهادية للكتائب وغيرها.

هل نجح إعلام المقاومة الحماسي في استخدام الإعلام المقاوم؟

لقد نجحت حماس في هذا الميدان بالرغم من قلة إمكانياتها المتواضعة فقد توصلت إلى أن الدور الذي تلعبه البندقية والعبوات الناسفة والقنابل البشرية لا يمكن أن يكتمل إلا إذا واكب هذه الأعمال البطولية سلاح إعلامي يوازي المعركة العسكرية فكانت كاميرا الفيديو هي شقيقة البندقية لحماس وهي تؤدي دوراً كبيراً في إعلاء المقاومة وثقافتها.

وقد تنبهت حركة حماس إلى أهمية الحرب الإعلامية في صراعها الذي تخوضه حتى ثبتت وجودها المقاوم على الساحة الإعلامية خاصة وأن جناحها العسكري يخوض معارك عنيفة مع العدو حيث قدمت الحركة كواكب الشهداء وأوقعت في صفوف العدو قتلى وجرحى بل وأسرت جنوداً إسرائيليين، ومن هنا فإن ضروريات الإعلام المقاوم أصبح لازماً ليتمكن من تصوير إنجازاتها ونقلها مباشرة إلى جماهير المقاومة أولاً والعالم ثانياً والأهم ليهز المجتمع الصهيوني بل إن الإعلام الفلسطيني الحمساوي هدفه تعزيز المقاومة ورفع الروح المعنوية لجمهورها أين كان وشن حرب نفسية على العدو، ولتحقيق هذه الغاية فقد شرع المكتب الإعلامي لحماس من تشكيل مجاميع من الصحفيين المقاتلين والمصورين المقاتلين في جميع أنحاء قطاع غزة والضفة يقومون بتصوير ما يحدث على أرض المعركة.

ويسجل لحركة حماس أنها كانت الأولى في هذا الإنجاز الإعلامي حيث تمكنت من تصوير أول عملية مقاومة خلال انتفاضة الأقصى وهي تفجير دبابة

صهيونية وقد قام بتصويرها المهندس رامي خضر من مؤسسي المكتب الإعلامي لحماس.

تجربة حماس في حقل الإعلام الإلكتروني المقاوم:

لم تكتف حماس في حقل الإعلام المقاوم بالمكتب الإعلامي بل دخلت على خط المواقع الإلكترونية والصحافة الإلكترونية حيث تأسس موقع القسام على الشبكة العنكبوتية عام ٢٠٠١ بعد أشهر من انطلاقة انتفاضة الأقصى على يد الشهيد المهندس رامي سعد حيث عرض الفكرة على القائد العام لكتائب القسام المهندس صلاح شحادة تحت اسم "قساميون" وقد اشتمل الموقع على مجموعة من صور الشهداء وبعض العمليات المصورة، كما احتوى على مقابلة صحفية مع القائد صلاح شحادة إضافة إلى المقالات والكتابات المقاومة والتي تبث روح المقاومة بين أبناء الشعب الواحد، وقد شهد الموقع انتشاراً واسعاً بين طبقات المجتمع من طلبة ومثقفين وأدباء ليستمر العطاء والعمل، وبإرادة يحيطها العز والإصرار على بث الحقيقة ليكون هذا الموقع ناطقاً حقيقياً باسم كتائب القسام والمقاومة.

ولقد تعرض الموقع لضغوطات من قبل إسرائيل وقد جاءت هذه الضغوط على الشركة المستضيفة للموقع حيث تعرض لتوقيف عشرات المرات لكن إرادة قيادة الإعلام المقاوم لم تلين ولم تجزع فكانوا يضعون الخطط الطارئة لكل حالة يتم من خلالها تعطيل الموقع، كما وقد مارست إسرائيل تشويش واختراق للموقع واختراق له والضغط على الشركة المستضيفة له من قبل عصابات الهاجانا الصهيونية وأعوانهم.

هذا وقد اشتمل الموقع على عدد من الأقسام منها التعريف بحركة حماس وأهدافها وإضافة إلى البيانات والبلاغات العسكرية والمؤتمرات الصحفية إلى جانب قسم خاص بالشهداء الذين قدموا أرواحهم رخيصة في سبيل الله، كما واشتمل الموقع على قسم خاص للأسرى الحمساويين وقسم الحوارات مع القيادات العسكرية

والسياسية في الحركة بالإضافة إلى زاوية كتب ومؤلفات داعمة للحركة، كما وتم تطوير العمل الخاص بقسم الفيديو يحتوي على تصنيفات متخصصة.

هذا وقد تم تطوير موقع آخر للحركة باللغة الإنجليزية وذلك في عام ٢٠٠٤ وذلك لنقل الحقيقة إلى العالم الغربي، كما وتمكنت كتائب القسام بإنشاء الملتقى القسامي باللغتين العربية والإنجليزية ليكون ساحة حوار ونقاش حر داعمة للمقاومة هذا وقد قدم المكتب الإعلامي الحماسي ١٦ شهيداً.

المقاومة والإعلام الفضائي المقاوم:

الأسباب الموجبة للدخول على ساحة الإعلام الفضائي المقاوم: أشرنا فيما سبق إلى أن الموقفين العسكري والسياسي والإعلامي العربي تراجع إلى أدنى المستويات في مواجهة الوجود الصهيوني، فقد فشلت الإستراتيجيات العسكرية والإعلامية العربية في مقاومة إسرائيل على جميع المحاور بل إن هذا العجز أعطى لإسرائيل المبرر لتمارس وحشيتها وغطرستها على الشعب الفلسطيني واللبناني معاً، وخلال فعاليات المقاومة الفلسطينية وخاصة انتفاضة الأقصى تمكنت بعض الفضائيات العربية من رفع وتيرة المقاومة من جهة بسبب زيادة رقعة التغطية الإعلامية حتى أصبحت فعاليات المقاومة الفلسطينية سواء على مستوى الخبر أو التحليل حاضرة في المشهد الإعلامي الفضائي ونخص بالذات قناة الجزيرة والمنار، ومن الملفت للانتباه أن إعلام السلطة الفلسطينية أو الإعلام الفلسطيني الذي رافق السلطة الفلسطينية ركز على وظائف الإعلام المهني من ترفيه وتسلية وأصبح إعلام المقاومة غائباً عن الساحة الإعلامية التي جاء تغطية نشاطاتها على الجريدة وإذاعة القدس.

ومن هنا فقد تنبهت حركات المقاومة الفلسطينية بضرورة وجود إعلام فلسطيني مقاوم يدافع عن هوية المقاومة ويبث ثقافتها ويسعى للدفاع عن الهجمات التي تتعرض لها المقاومة تارة من الإعلام الصهيوني وتارة من الإعلام الرسمي العربي.

كيف كانت المقاومة تبث خطابها الإعلامي المقاوم؟ أشرنا في السابق إلى أن المكتب الإعلامي لحركة حماس هو الجهة التي كانت مسؤولة عن تنفيذ

الخطاب الإعلامي المقاوم حيث كانت تقوم بتصوير العمليات التي تنفذها المقاومة وخاصة تصوير الاستشهادي قبل العملية وبعدها ثم تبث في وسائل الإعلام كالجزيرة أو المنار.

تجربة حماس في الإعلام الفضائي :

في ضوء ما تقدم توصلت المقاومة الحماسية ونتيجة لقناعاتها بأهمية الإعلام الفضائي ولذلك ترسخت القناعة التامة لحركة حماس من إعادة صياغة استراتيجياتها الإعلامية، فقد دخل الإعلام الفلسطيني المقاوم إلى الساحة الإعلامية الفضائية متأخرا والسبب أن انخراط حماس بالمقاومة جاء مع نهاية الثمانينيات من القرن الماضي ومن هنا فإن نجاح تجربة المنار في معركة الوعي شجع حماس وقوى المقاومة الفلسطينية للشروع في بناء قاعدة إعلانية تتسع يوماً بعد يوم وتتسع بالجدية والموضوعية ولذلك تمكنت حركة المقاومة من استحداث فضائية لها في عام ٢٠٠٦ تعبر عن أهداف وفلسفة الإعلام المقاوم والمقاومة بشكل عام وقد بدأت فضائية الأقصى ببث خطابها للعالم على شكل نشرات إخبارية وتقارير محلية وعالمية وإقليمية ومارست دورها في دعم ثقافة المقاومة وقد أثبتت وجودها في حرب غزة الأخيرة.

إستراتيجية فضائية الأقصى :

انطلقت فضائية الأقصى من قلب إستراتيجية وأهداف المقاومة الفلسطينية في التعبير عن مشروعية المقاومة في الدفاع عن الشعب الفلسطيني ونشر ثقافة المقاومة بشتى أنواعها وقد لعبت دوراً كبيراً في تغطية أحداث المقاومة والرد على هرطقات الإعلام الصهيوني، كما أنها قدمت ومازالت تقدم خطاباً إعلامياً مقاوماً اشتمل على الإعلام الفني المقاوم والاقتصادي والسياسي كما أنها لفتت الانتباه إلى معاناة الشعب الفلسطيني من حصار وتقتيل وإبعاد وإفناء. لقد أصبحت ثقافة المقاومة

في فضائية الأقصى لها حضور حقيقي وهي بعيدة عن التشويش من الإعلام المعادي حتى أن ثقافة المقاومة أصبح لها حضور.

ومن هنا وبعد ثلاث سنوات من انطلاقة فضائية الأقصى والتحامها مع شقيقاتها من الفضائيات والقنوات الإعلامية المقاومة للاحتلال تمكنت أن تعبر عن أهداف وفلسفة المقاومة والإعلام الفلسطيني المقاوم بخطاب إعلامي متميز وقد برز هذا الدور خلال حرب غزة الأخيرة وفي هذا الصدد يقول الخبير الإسرائيلي "داني بروكفيتش" في كتابه معركة إضعاف حزب الله أن نجاح تجربة المنار في معركة الوعي شجع حماس وقوى من عزيمة المقاومة الفلسطينية للشروع في بناء قاعدة إعلامية تتسع يوماً بعد يوم وتتسم بالجدية والموضوعية حتى إن فضائية الأقصى وفضائية القدس التي أنشأتها حماس والمقاومة الفلسطينية قبل فترة وجيزة في ظروف بالغة التعقيد أحرزتا تفوقاً كبيراً من الناحية الاحترافية على كثير من الفضائيات العربية التي صار لها في الميدان الإسلامي أكثر من عشر سنوات رغم توفر الكفاءات والموارد أضعاف ما تملكه الأقصى، ومن هذا المنطلق فقد حققت المقاومة الفلسطينية نجاحاً كبيراً في معركة الوعي لدى قطاعات واسعة من الرأي العام العالمي بالرواية التي يبثها الإعلام المقاوم مستندة إلى حجج قوية وواقعية تؤكد من ردة الفعل الإسرائيلي غير تناسبي. وأن أعمالها شرعية وإنها قابلة للهزيمة وقد هزمت في معركة الوعد الصادق حرب تموز ٢٠٠٦ ومعركة الفرقان في غزة ويضيف ويقول إن فكرة معركة العنكبوت التي تبناها حزب الله أزالت الهالة من حول الجيش الصهيوني وعززت الأمل في تحرير القدس[٤].

ما يريد أن يقوله هذا المفكر الصهيوني أن المقاومة صار لها اليد العليا في المعركة، مع المبالغة والتهويل من حجم الإعلام المقاوم، وهذه المبالغة من وجهة نظرنا مفهومة من منظور المقارنة بين وضع الاحتكار الصهيوني لروايات مجريات الأحداث في الصراع وتشكيل الوعي لدى الرأي العام العالمي والوضع الجديد الذي بدأت

المقاومة تشكل فيه بعض الإنجازات لكسر هذا الاحتكار وهذه هي إحدى المعارك الإستراتيجية الكبرى التي لن تنتهي في الأصل.

من جهة أخرى فقد أبدع الإعلام الفلسطيني المقاوم حيث أعاد فلسطين إلى هويتها العربية الإسلامية فهذه فضائية الأقصى والقدس تصدعان بصوت عالٍ وحر إن فلسطين عربية إسلامية وإنها لن تعود بالمفاوضات العبثية بل بالمقاومة ولن يتخلى أبناؤها عنها مهما طال الزمن، فقد أثار هذا التطور الإعلامي للمقاومة الإعلام الصهيوني أن ترى موقعاً بالذات للجناح العسكري لمعركة المقاومة الإسلامية كتائب عز الدين القسام يزوره آلاف الأشخاص فقد اعترفت القناة العاشرة بالتلفزيون الصهيوني بقصة نجاح الإعلام المقاوم وكيف تمكن من صياغة عقل الفلسطينيين والعرب كون هذا الإعلام يمثل رأس الحرية للمقاومة وقدرته الفائقة على تنمية الحس الوطني والجهادي والاستشهادي مما يثير الحماسة الوطنية ويلهب الروح المعنوية في نفوس المواطنين في العالمين العربي والإسلامي حتى باتت تتمتع إصدارات الإعلام الفلسطيني المقاوم على ثقة وإعجاب الكثيرين مما يؤكد على تبني الجمهور لخيار المقاومة سبيلاً ومنهاجاً في التعامل مع العدو(٥).

ما الذي قدمه الإعلام الفلسطيني المقاوم لثقافة المقاومة وخاصة فضائية الأقصى؟

انطلق الإعلام الفلسطيني المقاوم المعاصر من رصد التجربة الفلسطينية المرة على اعتبار أن المقاومة الفلسطينية هي من أكثر حركات المقاومة تأثيراً في حركات المقاومة العربية تأثيراً ونضجاً على الرغم من حجم التحديات التي يواجهها لكنه صعد وتمكن من مواجهة التوحش الإعلامي الصهيوني الذي تدعمه أضخم الشركات الصهيونية في العالم من مؤسسات مردوخ وغيرها، وعلى الرغم من محدودية الإمكانيات إلا إنني أرى أنه كان على مستوى التحدي وتمكن من إرسال رسالته الإعلامية فقد اهتمت حركات المقاومة الفلسطينية منذ الستينات بالمقاومة المسلحة ونتيجة لقوة الإعلام الفلسطيني التقليدي فقد أقدمت إسرائيل على تصفية عدد من رموز هذا الإعلام بسبب دورهم الإعلامي المؤثر فاغتالت غسان كنفاني باعتباره الصاعق المفجر العربي الفلسطيني والإعلامي كمال ناصر ووائل زعيتر

ومحمود الشمري ونتيجة للنجاحات التي حققها الإعلام الفلسطيني في فضح إسرائيل من خلال أعمالها الوحشية وخاصة في معركة غزة وقد وصلت عدوانية الصهيونية أكثر من النازية، وعلى ضوء ذلك تحرك الرأي العام العالمي للمطالبة بمحاكمة قادة هذا الكيان المتوحش وما تعرضت إليه إسرائيل من انتقادات حادة من منظمات حقوق الإنسان وخاصة تقرير جولدستون الذي تحدث عن بشاعة العمليات العسكرية الصهيونية أكبر دليل على نجاح الإعلام المقاوم في تغيير اتجاهات الرأي العام، ومن هنا فعندما شعرت إسرائيل بهذا التغيير الذي طرأ على المشهد الدولي بفعل الخطاب الإعلامي المقاوم حيث شكلت إسرائيل لجنة من كبار الإعلاميين والمحللين السياسيين لشن حملة إعلامية مضادة على شبكات التلفزة والمواقع الإلكترونية لتحسين صورتها التي أصبحت مكشوفة للعيان بأن الصهيونية والنازية وجهان لعملة واحدة.

هذا ومن أبرز الفنون الإعلامية التي استخدمها الإعلام المقاوم في تفعيل خطابها الإعلامي الأناشيد الوطنية التي تعبر عن ملحمة المقاومة وبطولاتها وكيف تصدت للغطرسة الصهيونية، إن الإعلام الفلسطيني المقاوم ادخل مفهوم الفن المقاوم المعبر عن إرادة الأمة بالتحرير.

أهمية لغة الصورة في الإعلام الفلسطيني المقاوم

أصبحت الكاميرا هي روح الخطاب الإعلامي المرئي، وهي اللغة الساحرة التي سحرت عقل الإنسان المعاصر وأصبحت الكلمة بلا صورة هي من مخلفات الماضي، لقد تحولت الكرة الأرضية بفضل تكنولوجيا الاتصالات القمرية كقرية صغيرة وتمكنت عدسة الكاميرا من لفت انتباه العالم بما يجري من مآسي الجوع والظلم والاحتلال والحرب التي من أهم ضحاياها النساء والأطفال، ولذلك فإن الفصل الإعلامي انتقل من القلم إلى الكاميرا وبالتالي إلى التلفزيون حيث أصبحت الصورة من أصدق أدوات الفعل الإعلامي، ومن هذا المنطلق فإن الصورة الإعلامية هي ذلك البساط السحري الذي تخرج به إلى تلك العوالم وتلك الحضارات والثقافات

ويؤكد هذه الحقيقة أن التعريف بفكرة الصورة والرسالة هي أهم مفاتيح ثقافتنا الحالية والذي يعم الآن أوروبا بعد أن عمّ أمريكا، إننا نحيا اليوم في زمن تطغى فيه ثقافة الصورة(٦) لا تشكل الثقافة فحسب بل هي التي تغير إنتاج الأوضاع وأشباه من زعامات حقيقة وهمية، فكاميرا التلفزيون قادرة على تلميع الأشخاص غير المهمين ونفض الغبار عن وجوههم وتحويلهم إلى شخصيات مهمة جداً.

منهجية تحليل الصورة التلفزيونية في الإعلام الفلسطيني المقاوم

الإعلام الفلسطيني المقاوم والمتمثل في قناة الأقصى ورغم حداثة هذا الإعلام على الساحة الفلسطينية إلا أنه تمكن من لفت انتباه العالم بما تقوم به إسرائيل من حصار وتجويع وتقتيل وإبادة، والأهم من ذلك إن الإعلام الفلسطيني المقاوم تمكن من امتصاص الصدمة والترويج وهي نظرية إعلامية صهيو أمريكية وفي نفس الضربة التي تعرضت لها غزة فقد نجحت الكاميرا الفلسطينية المقاومة في امتصاص شدة الغربة وتحويلها لصالحها من خلال التركيز على عدد الشهداء من أفراد الأجهزة الأمنية، بالمقابل كان الإعلام الصهيوني يمنع عرض تلك المشاهد بل ويمارس ضغوطاً على الفضائيات الأخرى بعدم بث تلك الصور حيث أن السياسة الإسلامية الصهيونية هي سياسة حابسة للحرية ولذلك كانت إسرائيل في السابق تحدد مصير الأخبار أما نشرها الآن أصبحت تبحث عن أحداث لإغلاق الكاميرا وخاصة وأن نظرية كسينجر فشلت فشلاً ذريعاً في إطفاء الأنوار فهناك كاميرا للجزيرة وللأقصى ولغيرها من الفضائيات.

لقد تمكنت المقاومة وإعلامها من كسر الشروط الإسرائيلية فكانت إسرائيل هي التي تفرض شروطها السياسية والعسكرية لكن المقاومة أجبرتها بالصوت والصورة حيث فشلت في اقتحام محافظات القطاع ولاذت بالفرار بل إن الجيش الإسرائيلي كان يتهرب من تصوير جرحاه وقتلاه بل إنه تمادى في قتل أسراه حتى لا يكون بيد المقاومة أوراق تتفاوض عليهم بعد المعركة.

لقد أفشل الإعلام الفلسطيني المقاوم السياسات الإعلامية الصهيونية والتي اعتمدت على الصدمة والترويع والرعب بالمقابل فإن المقاومة وإعلامها تمكن من فضح مزاعم الإعلام الصهيوني وخاصة عندما حاولت إسرائيل تبرير وحشيتها بأنها دمرت قوات الصواريخ الفلسطينية وبعد لحظة دكت الصواريخ الفلسطينية إسرائيل التي ذكرت بأن الصواريخ لم تؤثر على معنويات شعبها لتأتي كاميرا المقاومة وتقول عكس ذلك بأن معظم البلدات وقد خلت من السكان والتسوق بل إن صواريخ المقاومة شلت الحياة للإسرائيليين وإسرائيل بطبعها لا تعرف الحصار والاختباء بالخنادق ولا تحتمل أن يبقى سكانها تحت الأرض لأكثر من ٢٤ ساعة وقد غيرت هذه الصورة مجرى الحرب والقتال.

لقد تمكنت الكاميرا المقاومة من إسقاط أسطورة الجيش الصهيوني بأنه جيش لا يهزم ولا يقهر حيث جاءت الكليبات المقاومة عكس ما يقول فقد قزمت قدرات الجيش وأن المقاومة قادرة على تدمير دبابات الميركافا وهي أحدث دبابة عسكرية في العالم.

كما أن الإعلام المقاوم تمكن من إثبات نظرية توازن الرعب فعندما تعتدي القوات الصهيونية وتقتل فلسطينيين أمنيين فإن المقاومة ترد عليهم بالمثل من خلال العبوات الناسفة والعمليات الاستشهادية فهنا يحدث توازن في الصدمة والرعب وتوازن في القوة تحت منطق أنكم تألمون كما نألم.

لقد كسرت الكاميرا مصداقية العدو وأعطت مصداقية للمقاومة الفلسطينية وأن هذه المصداقية كانت تأتي مباشرة فعندما يتعرض الشعب الفلسطيني للقتل والدمار يأتي الرد من طرف القيادة السياسية والعسكرية للرد عليهم وبعد لحظات يأتي رد المقاومة وبذلك يكون الإعلام المقاوم حقق هدفين الأول صدقية المقاومة والثاني الفعل المقاوم الذي ينفذه الجناح العسكري المقاوم بإيضاح أهداف المقاومة بأنها تضرب في عمق العدو وأن

لديها قيادة وسياسة واعية وأن الجناح العسكري يرفد وبذلك يتحقق الرعب والخوف في عقول الصهاينة بأن المقاومة ليست فقط أجساد وقنابل بشرية بل دماء وقتلى كما تجلت صدقية المقاومة وإعلامها عندما تقوم في تسليط الضوء على تصريحات قيادات المقاومة بأنهم يعشقون الشهادة والاستشهاد ، ما بعد حين تأتي الأخبار بأن أبرز قيادات المقاومة قد استشهدوا ، إن هذا الخبر له دلالاته الإستراتيجية بأن قيادات المقاومة ملتحمة مع الشعب وأنهم لا يختبئون تحت الأرض كما يفعل قادة الجيش الصهيوني وقياداته السياسية والإعلامية.

كما أن إعلام المقاومة تمكن من تكذيب ادعاءات العدو حيث يزعم إعلام العدو وبأن احتلال غزة سيتم خلال ساعات أو أيام وسيتم إسقاط حكومة حماس واعتقال قادتها وتمر الساعات والأيام والمقاومة مشتعلة وغزة صامدة وقيادات حماس ما زالوا يسيطرون ويحكمون القطاع، كما أن المقاومة كشفت أكاذيب الصهاينة ففي أثناء حرب غزة مارست وزارة الحرب الصهيونية بأن المرحلة الأولى لم تنته ثم يكتشف العالم أن المرحلة الثانية قد بدأت وهكذا دواليك وأن الحرب البرية بدأت ويكتشف العالم أنه لا يوجد حرب برية وهذا كله كذب وافتراء.

كما أن إعلان المقاومة تمكن من رفع بسالة المقاوم وأثبت بالصوت والصورة أنه يقاتل ويقاوم رغم ظروف الحصار ويرفض الاستسلام وأثبت أنه يقاتل عن عقيدة، كما أن شعب المقاومة الذي عانى من الجوع والحصار يرفض الخروج من بيته ويهرب منه بل إنه على استعداد أن يبقى صامداً أو يقتل شهيداً بينما الشعب الإسرائيلي يختبئ في الخنادق.

لقد نجح إعلام المقاومة في تعبئة جماهير المقاومة في مرحلة الحرب والسلم وتأكد ذلك أنه بعد أن انتهت المعركة العسكرية لم تشهد محافظات القطاع أي أزمات على الطاقة والماء والمواد التموينية وإن ذلك فإنما يدل على أن قيادة المقاوم كانت توفر لشعب المقاومة المستلزمات الرئيسة.

دور الإعلام المقاوم في تسليط الضوء على الإستراتيجية الصهيونية

أشرنا فيما سبق إلى أن الإعلام المقاوم لا تتوقف رسالته وأهدافه فقط أثناء الحرب بل إن رسالته تزداد فعاليته في حالة السلم لتعبئة الجماهير وفضح أهداف الإستراتيجية الصهيونية والإعلام الصهيوني، ومن هنا فالمطلوب من الإعلام الفلسطيني المقاوم أن يقوم بعرض هذه الإستراتيجية وتحليلها تحليلاً علمياً موضوعياً بعيداً عن المبالغة لكشف أهداف المشروع الصهيوني في المنطقة، ولكون الهدف من وراء عرض هذه الإستراتيجية هو إيصال رسالة للجماهير العربية وجماهير المقاومة بان إسرائيل هي عصابة متوحشة هدفها تفتيت العالم العربي والسيطرة عليه سيطرة شاملة بكل الوسائل المتاحة من منطلق أن إسرائيل هي أداة للإمبريالية والصهيونية معاً لتكون بمثابة كلب حراسة على المصالح الغربية في المنطقة، ومن هنا فإن أبرز ملامح الإستراتيجية الصهيونية في المنطقة تتحدد فيما يلي[٧]:

١. التوسيع الجغرافي التدريجي على حساب الأرض العربية.
٢. الاحتفاظ بقوة عسكرية تقليدية ونووية متفوقة.
٣. الارتباط بقوة دولية كبرى لتعمل كحليف استراتيجي مضمون يساعد الكيان الصهيوني في تحقيق أهدافه.
٤. زيادة حجم الهجرة اليهودية والتوسع في بناء المستوطنات.
٥. إضعاف وتدمير القدرات العربية «العراق» والتخطيط لتفتيت الوطن العربي عن طريق تفعيل الصراعات العربية - العربية، وتفجير الصراعات العرقية الإثنية.
٦. محاولة الهيمنة على اقتصاديات الدول العربية.

والسؤال الذي يطرح نفسه متى بدأ الحديث بشكل علني عن هذه الإستراتيجية؟

تشير المصادر إلى أن الإستراتيجية الصهيونية وضعت في بداية الثمانيات على اتجاهين:

أولهما: أن الاتحاد السوفيتي سابقاً طامع في المنطقة العربية ويخطط للسيطرة عليها، بالإضافة إلى عقيدة السوفيت في إمكانية الحرب النووية وبقائهم في مأمن من مخاطرها، وهذا يستدعي من إسرائيل مواجهة هذا الخطر باختيار أصدقائها.

ثانيهما- ينطلق من نظرة إسرائيل إلى الواقع العربي، كما تراه وتتخيله أحياناً فهو واقع في نظرها تتنازعه الانقسامات الطائفية كما تسيطر على سكانه مجموعات مستبدة تتميز بامتيازات خيالية، ومن هذا المنطلق فإن الإستراتيجية الصهيونية عليها أن تعمل بكل إمكانياتها وطاقاتها العسكرية والسياسية والاقتصادية على إنهاء الدول العربية وتجزئتها إلى دويلات طائفية لا حول لها ولا قوة تدور فلك الإمبراطورية الصهيونية وخاصة لبنان وسوريا والعراق، ومن هذا المنطلق فإن الإستراتيجية الصهيونية ترى أنها البديل الكامل لما عجزت عنه الحروب الصليبية في المنطقة، أي أن هذه الإستراتيجية تدعو إلى ضرورة السيطرة على القدرات الاقتصادية في المنطقة حتى تتمكن إسرائيل من البقاء ولاسيما وأنه لا توجد قوة في المنطقة مؤهلة للدفاع عنها.

من جهة أخرى فقد اعتبر عدد من المحللين الإستراتيجيين الصهاينة «اوديتون» وهو من كبار المخططين الإستراتيجيين الصهاينة إن الخطأ الفادح الذي ارتكبته حكومة بيغن عندما قامت بالانسحاب من سيناء بما فيها من نفط ومعادن لا غنى عنها، ويطالب بكل صراحة بالعودة إلى احتلال سيناء من جديد، كما ويفتح شهوته على نفط الخليج، هذا وقد انطلقت أفكار «اوديتون» مع ولادة الخطة الإستراتيجية التي أطلق عليها نظام «شارون وايتمان» وتقوم هذه الخطة بتقسيم المنطقة كلها إلى دويلات صغيرة وإنهاء جميع الدول العربية القائمة، ومن الجدير بالذكر أن هذه الإستراتيجية الصهيونية ليست جديدة فقد نظّر إليها المراسل الحربي لصحيفة «ها آرتس.. زيف شيف»، والتي تنطلق من المحددات التالية:

١. أن التفكير الاستراتيجي الصهيوني ينظر إلى ضرورة العمل على تفكيك العراق على سبيل المثال لتحقيق مصالح إسرائيل الحيوية، وفي هذا الصدد يقول شاحاك: إن ذلك يتم عن طريق تجزئة وتقسيم العراق إلى دويلات شيعية، كردية، سنية. وكذلك يجب العمل على فصل المنطقة الكردية.

٢. إن العلاقة القوية بين ما جاء في هذه الوثيقة والتفكير المحافظ الجديد في أمريكا هي علاقة بارزة وخاصة الملاحظات التي يقدمها الكاتب نهاية المقال. من جهة أخرى ومن خلال النظر فيما سبق نلاحظ أن الخطاب الصهيوني في هذه المقالة زاد تملق كاذب للغرب من خطورة المد الشيوعي ضد الموقف الظاهري أما الموقف الباطني فيتمثل بأن تكون إسرائيل هي القوة الإمبراطورية في المنطقة، أي أن هذه الإستراتيجية تنطلق من خلال صراع الأمريكيين أولاً بعد أن تم خداع العرب.

٣. إن هذه الخطة تنبع أصلاً من أفكار الجيولوتيك أي الجغرافيا السياسية التي سادت ألمانيا عام ١٨٩٠ و ١٩٣٣ والتي ابتلعها هتلر والحركة النازية.

«أبرز بنود خطة شارون – ايتان» انطلقت محددات الخطة من واقع العالمين العربي والإسلامي على اعتبار أنهما بيت ضعيف يسهل تدميره وهدمه بسبب الخليط المكون من الأقليات العرقية المتعادية والحروب الأهلية الدائرة بين أهله وسيطرة فئات دينية على الحكم وعدم تماسك الجيوش وتفسخها، كما أن العالم العربي يعيش طبقية مرعبة فهناك أقلية غنية وأغلبية فقيرة وهذا الوضع يخلق الأرضية المناسبة للسيطرة الصهيونية على الأرض، وهذا التصور ناتج عن ضعف العرب حيث خلق أبعاداً جديدة للكيان الصهيوني من منطلق أن هذه القوى العربية لا تشكل أي خطر على الإستراتيجية الصهيونية وخاصة بعد اختفاء الإستراتيجية السوفياتية المزعومة التي كان يتشدق بها الإعلام الصهيوني بأن الاتحاد السوفياتي كان يريد ابتلاع المنطقة.

أجندة الإستراتيجية الصهيونية في المنطقة

إن هذه الإستراتيجية طلبت تنفيذ هذه البنود على الشكل التالي:

أولاً- مصر: اعتبرت الإستراتيجية الصهيونية أن مصر بعد توقيع معاهدة كامب ديفيد مجرد جثة وأن عملية تجزئتها أصبحت واردة عاجلاً أم آجلاً وهذا هو الهدف الإستراتيجي للعقل الصهيوني الذي يريد تقسيم مصر إلى أقاليم ومناطق جغرافية، لأن تقسيم مصر هو بداية لتقسيم السودان وليبيا وأن شكل الدولة القادمة لمصر سيكون من خلال دولة قبطية مسيحية في صعيد مصر، بجانب عدد من الدول الضعيفة ذات قوى محلية، وبدون حكومة مركزية.

من جهة أخرى اعتبرت هذه الخطة أن دور مصر كزعامة للعالم العربي أصبحت من الماضي من منطلق النتائج التي تحققت بعد حرب ١٩٦٧ وتوقيع معاهدة السلام الإسرائيلية المصرية وتتويج زيارة السادات لإسرائيل، والأهم من ذلك أنه تم تحييد دور مصر كقوة رئيسة في المنطقة وقائدة للعالم العربي وأصبحت من الناحية الاقتصادية على حافة الهاوية بل إن المنظرين الإستراتيجيين الصهاينة وعلى رأسهم شيمعون بيرز اعتبر أن دور مصر قد انتهى بعد أن قادت العمل العربي ٥٠ عاماً حيث جاءت تصريحات بيريز على ضوء فعاليات المؤتمر الاقتصادي للشرق الأوسط الذي عقد خلال ١٩٩٣.

ثانياً- سوريا: تسعى الإستراتيجية الصهيونية إلى تقسيم سوريا إلى عدة دول طبقاً لبنيتها العرقية والدينية وترى الإستراتيجية الصهيونية أن سوريا يجب أن تقسم إلى ثلاث دويلات:

١- دولة شيعية علوية على طول الساحل السوري.

٢- دولة سنية في منطقة حلب ودولة سنية أخرى في دمشق معادية لجارتها السنية في الشمال.

٣- دول درزية تكون في حوران شمال الأردن.

ثالثاً- لبنان: تقوم هذه الإستراتيجية على تقسيم لبنان إلى خمس مقاطعات.

رابعاً- العراق: طالبت الإستراتيجية بتقسيم العراق لأنه سيخدم لصالح الإستراتيجية الصهيونية لما يحتويه على ثروات نفطية هائلة جداً من ناحية وبما فيه من تمزق داخلي من ناحية أخرى فقد أصبح العراق مرشحاً للأهداف الإسرائيلية وخاصة بعد إسقاط الحكم الوطني في العراق من قبل الولايات المتحدة الأمريكية التي نفذت الإستراتيجية الصهيونية باسرع وقت ممكن، وقد جاء الاستعجال الصهيو- أمريكي لأن العراق وقوته العسكرية وخاصة بعد حربه مع إيران أصبح المهدد الكبير للكيان الصهيوني خاصة بعد أن توصل الصهاينة إلى قناعة إلى أن الحرب العراقية الإيرانية فشلت في إحداث سقوط النظام العراقي لذلك تحركت الولايات المتحدة الأمريكية ومزقت المجتمع العراقي وخلقت حالة جديدة في المنطقة وأصبحت إسرائيل بمأمن من القوة العراقية، وترى الإستراتيجية الصهيونية ومعها الأمريكية أن العراق يمكن تقسيمه وقد تم ذلك على ضوء دستور بريمر الأمريكي الحاكم الذي حكم العراق بعد سقوط النظام العراقي إلى ثلاثة أقاليم:

1. إقليم البصرة
2. بغداد
3. إقليم الموصل

ثم تنفصل المناطق الشيعية في الجنوب عن السنية والأكراد في الشمال.

خامساً- الأردن: اعتبرت الإستراتيجية الصهيونية الأردن بأنه يشكل هدفاً إستراتيجياً على المدى القصير ولكن ليس على المدى البعيد لأنه لا يشكل خطراً حقيقياً مستقبلاً وذلك بسبب احتلال العراق ولذلك فإن عملية تجزئته وإنهاء حكم الهاشميين سهلة بالنسبة للصهاينة كما تزعم الإستراتيجية الصهيونية والتي نادت بأنه لابد من نقل السلطة مباشرة إلى الفلسطينيين عن طريق الديمقراطية والانتخابات الحرة، وقد ساهمت أحداث أيلول ١٩٧٠ في تقليص الخطر الأردني على أمن إسرائيل، وقد توصلت الإستراتيجية الصهيونية بأن الأردن هو الحل وليس هو أحد أطراف الحل من منطلق أن الأردن لا توجد أمامه فرصة أن يستمر لفترة أطول والإستراتيجية الصهيونية لم تتغير في أذهان قادة إسرائيل سواء في مرحلة ما يسمى

بالسلام أو الحرب فهي تنطلق بضرورة تصفية الأردن في ظل نظامه الحالي ونقل السلطة إلى أيدي الأغلبية الفلسطينية كما أن تغيير النظام السياسي في الأردن سيتسبب في إنهاء مشكلة الأراضي المأهولة بالسكان وسواء تم ذلك بالحرب أو وفق شروط معاهدات السلام. أو عن طريق التهجير وتجميد الوضع الاقتصادي بالنسبة للسكان فإن ذلك يشكل الضمانة لتغيير الواقع.

إن الإستراتيجية الصهيونية تجاه الأردن كانت وما زالت كما هي ورغم أن الأردن وقع معاهدة سلام مع إسرائيل فإن التوجه الحالي للقيادة الصهيونية بان يتم حل القضية الفلسطينية على حساب الأردن بالتهجير القسري أو الاختياري لكي تبقى أرض فلسطين نقية لليهود، وقد صدر توجيه صهيوني حديث عام ٢٠٠٨ بأن تكون أراضي ١٩٤٨ أراضي يهودية نقية من منطلق أن الإستراتيجية الصهيونية شعرت أن القضية السكانية الفلسطينية مع بداية ٢٠١١ ستكون هي القضية الحاسمة للصراع، ولذلك برزت يهودية الدولة الصهيونية، لأن التعايش والسلام الحقيقي لن يسود الأراضي الفلسطينية إلا إذا فهم العرب أنه بدون حكم يهودي ما بين النهر والبحر فلن يكون لهم بقاء أو أمان ومن هذا المنطلق الإستراتيجي الصهيوني نلاحظ الآن أن إسرائيل تدفع لتطبيق فكر إستراتيجيتهم والمتمثلة بإقامة الدولة الفلسطينية في الأردن «الوطن البديل».

الجزيرة العربية: اعتبرت الإستراتيجية الصهيونية أن شبه الجزيرة العربية مهيأة للتجزئة نتيجة لضغوط داخلية وخارجية، وهذا أمر حتمي وخاصة في المملكة العربية السعودية[٨]

من ناحية أخرى وفي ذات السياق ففي شهر كانون الثاني من عام ١٩٩٣ نظمت في تل أبيب ندوة حضرها عدد من الباحثين الإستراتيجيين وعدد من ممثلي الاستخبارات والمعنيين بشؤون الأمن القومي الصهيوني تحت عنوان «تفتيت الوطن العربي»، وقد توقع الباحثون أن تشهد المنطقة العربية مع بداية القرن الحادي والعشرين تحولات جذرية قوامها نقل خطوط المواجهة مع الكيان الصهيوني وبؤر الصراع مع حدوده مع الدول العربية إلى داخل هذه الدول، وفي ضوء عوامل الصراع

فيها وبين بعضها البعض وعلى حدودها مع الدول المجاورة وتركزت بحوث الندوة على النحو التالي[٩]:

أولاً- دعم طرف ضد طرف آخر بالوسائل السياسية السليمة وانتهاء بالعمليات العسكرية المخططة وعمليات تدخل لصالح طرف يتعايش معها ضد طرف آخر يرفض التعامل معها.

ثانياً- أوصت هذه البحوث والدراسات بدعم العلاقات الخاصة مع دول الجوار العربي تركيا، إيران، أثيوبيا، ودول أخرى باعتبارها في النهاية تمثل الحليف الاستراتيجي لإسرائيل على الرغم مما يبدو أحياناً من خلاف معها.

إن ما يمكن استخلاصه ببساطة مما تقدم هو ان مخططات التفتيت الإسرائيلية تهدف إلى تمزيق وحدة الوطن العربي وذلك من خلال الوسائل التالية:

أولاً- تحريض الأقليات والطوائف للتمرد والثورة ضد الأنظمة والسلطات القائمة في الدول العربية للانفصال والانسلاخ عن الوطن الأم وتشكيل الكيانات والكانتونات الطائفية.

ثانياً- محاولة استغلال المشاكل الاجتماعية والاقتصادية والأزمات من أجل النفاذ من خلالها لتهديد مشروع الدولة الواحدة والوحدة الوطنية لأقطار الوطن العربي.

ثالثاً- إشعال الحروب بين الدول العربية التي تسود علاقاتها التنافر والانقسام مما يعتبر أوضاعاً مثالية لنجاح أية جهود إسرائيلية في هذا الشأن.

أما الآخر فهو ما يتمثل بالمشروع النووي الإسرائيلي والخيار النووي: حيث تبقى إسرائيل هي الوحيدة في المنطقة التي تملك خيارات نووية وتعمل إسرائيل جاهدة بالوسائل العسكرية والسياسية للحيلولة دون نجاح أية مشاريع لإقامة ترسانة نووية لأية دول عربية في المنطقة.

وكذلك المواد المائية: حيث نادت إسرائيل ومازال تنادي بأن المياه في هذه المنطقة من حقها وحق شعبها ومن هنا طرحت شعار "فلسطين أرض بلا شعب، وشعب بلا أرض" ومن هنا أخذت تسعى لتحقيق ما يأتي:

أولا - السعي لكي تصبح إسرائيل الدولة الأولى المشمولة بالرعاية بشأن التعاون في مجالات الحياة.

ثانياً - رفض قيام أي مشاريع مائية عربية مشتركة دون أن يكون لإسرائيل يد في ذلك.

ثالثاً - العمل على تقنين الأوضاع بشأن مصادر المياه التي بحوزة إسرائيل.

رابعاً - تعاظم الحاجة بالحصول على مياه من أنهار بعيدة كأنهار النيل واليرموك لسد حاجة إسرائيل.

والأهم من ذلك أن تقوم إسرائيل بالطلب من تركيا لتقليل مرور المياه من أراضيها عبر كل من سوريا والعراق وقيام الكيان الصهيوني بإنشاء سد لأثيوبيا على أحد فروع النيل الأزرق يهدف احتجاز نسبة من مياهه وإعداد دراسات ميدانية لإقامة ثلاث سدود في منطقة «أباي» بحيرة «نانا» على مقربة من النيل الأزرق وذلك للتأثير على كمية المياه الذاهبة للسودان ومصر.

خامساً - فرض الهيمنة الاقتصادية على دول المنطقة المطالبة من دول الجوار العربي أن تقبل بأن تكون إسرائيل هي شريك في استغلال الثروات الطبيعية والعمل في مشاريع التنقيب عن النفط أو مواجهة الخيار النووي الإسرائيلي وفي هذا السياق أكد قائد أحد قادة سلاح الجو الإسرائيلي بنيامين بيليد «أن إسرائيل مدعوة لاستخدام كل الوسائل المتاحة من أجل الحصول على نصيبها من ثروات المنطقة وتقتضي الضرورة مشاركتها في استغلال هذه الثروات حتى لو تطلب ذلك التلويح باستخدام أسلحة الدمار الشامل».

بالمجمل فإن الكيان الصهيوني بوجوده وأهدافه وممارساته يمثل أهم التحديات التي تواجه الأمن القومي العربي والأمن الوطني ولذا فإن مشروع الشرق الأوسط ينطلق مما يلي:

(١) حماية إسرائيل على حساب أي أمن آخر. واعتبار أمن إسرائيل هو جوهر الأمن الإقليمي الجديد أي التسليم من قبل بما يسمى بالنظام الإقليمي العربي بحق الكيان الصهيوني في إدارة السياسة الخارجية لدول النظام الإقليمي العربي

«المنطقة» وعلى النحو نفسه سيكون على مركز النظام أن يتغير تبعاً لتغيير عناصره ووظيفته أي أن النظام الشرق أوسطي صمم أصلاً لكي يشغل الكيان الصهيوني الدور القيادي في المركزي.

إن ترجمة حقيقية لقيام نظام شرق أوسطي على الصعيد الثقافي هو إدخال النسيج الثقافي في الآلية العامة الجارية تحت عنوان التطبيع يعني أن الثقافة ستكون أداة وظيفية متقدمة لإخضاع المنطقة إلى الجراحة بمعنى أن الأمر يستدعي نكران الهوية القومية الجامعة بين أبناء المنطقة العربية وقوامها العروبة والرابطة الثقافية والسياسية والحضارية والاستعاضة عنها بهوية بديلة هي الهوية الشرق أوسطية التي تحول العروبة إلى مجرد فرع هامشي في الكيان السياسي الجديد للمنطقة.

إن إجراء عملية تفكيك المحور الثقافي للمنطقة وإعادة تركيبها بعيداً عن هويتها الأصلية بعبارة أخرى استئصال العروبة أو الإسلام أو كليهما معاً من التكوين الماهي للمنطقة.

إن مشروع الشرق الأوسط تنطلق أهدافه الإستراتيجية مما يأتي:

١. تعزيز أحكام سيطرة أمريكا على مواد النفط.

٢. تحويل جميع أيديولوجيات منطقة الشرق الأوسط إلى أيديولوجية تخدم المصالح الأمريكية بالمنطقة والتي تتمحور حول ما يلي:

١- إشاعة اقتصاد السوق.

٢- تقليص دور الدولة في الاقتصاد.

٣- تدعيم فكرة إقامة تعاون اقتصادي عربي صهيوني فيها على أسس جغرافية بدلاً من تعاون إقليمي فيها على أساس قوى سياسية.

٤- تحقيق تبعية الأقطار العربية تجاه الطرف الفاعل في النظام الإقليمي الجديد والذي تتجاوز فيه أهدافه المصالح الاقتصادية إلى إحكام السيطرة على العرب في مختلف الميادين الإستراتيجية.

٥- تعرض المصالح الحيوية للتهويد وخاصة فيما يتعلق بموارد النفط ومصادر الحياة والملاحة في أوقات الأزمات.

وتتطلق الأهداف الهندسية لمشروع الشرق الأوسط الجديد بعبارة الأهداف الهندسية الجيو اقتصادية إلى ما يلي:

١. فصل بلدان الشرق العربي عن الغرب العربي.
٢. عزل العراق وفصله عن بلدان الشرق وبلدان الشام.
٣. دفع بلدان الغرب العربي للارتباط الاقتصادي
٤. عزل وتهميش السودان والصومال واليمن، بلدان الأطراف ودفعها إلى الاندماج في الفضاء الاقتصادي لبلدان أفريقيا والفكر الأمريكي.

تحول فلسطين من قاطرة لحركة التحرر العربي إلى معبد وجسر للكيان الصهيوني للوطن العربي.

وبالنتيجة فإن هندسة الأطراف الجيو اقتصادية الجديدة للوطن العربي تهدف إلى تدمير آمال الأمن في الوحدة والتحرر.

أزمة الإعلام الفلسطيني المقاوم

تعيش المقاومة الوطنية الفلسطينية أزمة فكرية وسياسية منذ أن تشكلت ولغاية إعداد هذا الكتاب بسبب تعدد مرجعياتها الفكرية والنضالية وسيطرة دولية وإقليمية على صناعة القرار في المقاومة وعلى ذلك فإن الإعلام المقاوم هو الأمن الشرعي للمقاومة والذي قد تأثر بما يأتي:

١- غياب إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم في كل مرحلة من مراحل المقاومة، وما بعدها وما قبلها وأن الإعلام الفلسطيني المقاوم يعمل ضمن مبدأ ردات الأفعال وكثيراً ما يتعرض للارتجالية والتسرع في التصريحات ولذلك يضطر إلى التوضيح والتراجع أو النفي.
٢- إعلام المقاومة الفلسطينية هو إعلام انفعالي يلجأ إلى اللغة الإنشائية التعبوية على حساب لغة الأرقام والحقائق.
٣- يدخل أحياناً إلى نفق اللغة الشتائمية والدعائية ويلجأ إلى خطاب التكفير والإقصاء.
٤- يلجأ في بعض المواقف إلى التبرير وخلق الذرائع بدلاً من تفسير الأحداث وإلباسها لبوس الشرعية.

٥- الإعلام الفلسطيني المقاوم محكوم بايدولوجيا الحزب والتعصب والمغالاة والصراع الفكري ويركز على اللغات الداخلية ذات الطعم الإشكالي بدلاً من تسليط الضوء على المقاومة بأنها مقاومة وطنية وليست مقاومة ذات صيغة حزبية أو مقاومة طائفة وإعلاء شأن الفصائلية على حساب المصلحة الوطنية.

٦- المبالغة والتضخيم في القدرات العسكرية للمقاومة من حيث العدد والعدة وهذا شكل من أشكال التضليل لجمهور المقاومة.

٧- يكثر من المؤتمرات الصحافية ويسلط الضوء على خطاب المقاومة في أثناء الحرب وفي السلم ويكثر في الحديث عن الإنجازات السياسية وينسى أنه إعلام مقاومة.

٨- تقصير الإعلام المقاوم في فهم دوره وخاصة أثناء فترة السلام فدور الإعلام المقاوم يجب أن يسلط الضوء على نشر ثقافة المقاومة وتعزيز الوحدة الوطنية وإبراز الاقتصاد المقاوم وكذلك المقاومة الثقافية ومحاربة الجشع وتعزيز الصمود وتثقيف الجمهور بضرورة الالتزام بحق العودة وعدم الركون إلى التعويض وبيع الأرض وتسليط الضوء على تثقيف جماهير المقاومة عن طريق عرض قصة التغريبة الفلسطينية التاريخ والجغرافيا وأن يبث الروح الديمقراطية وسيادة القانون والابتعاد عن الفوضى وعن تلميع الشخصيات الميدانية أو السياسية للمقاومة حتى لا تصبح أهدافاً للاحتلال وعملائه.

٩- أن لا يكون الخطاب الإعلامي للمقاومة مزدوجاً فمثلاً عندما كانت حركة فتح في السلطة كانت حماس تشتكي من الضغوط التي تتعرض لها المقاومة من السلطة وعندما وصلت حماس إلى السلطة تعاملت بازدواجية ومعايير أخرى.

هذا وقد برزت جملة من الانتقادات أثناء حرب غزة على الإعلام الفلسطيني المقاوم وتلفزيون الأقصى وهذه الانتقادات يجب أن تدرسها قيادة المقاومة الإعلامية وليتم تلافيها وهي(١٠):

١. لم يكن الفعل العسكري المقاوم والإعلامي بمستوى صمود شعب المقاومة الأسطوري.

٢. تباين الاستثمار للحدث مقارنة بالإعلام اللبناني المقاوم في حرب تموز ٢٠٠٦ بدءاً من قرار الموقف وإبداع الشعار السياسي المتجدد حسب الوضع الميداني إلى المشاهد التلفزيونية التي استعرضت قوة المقاومة في الميدان، وعجز الجيش الإسرائيلي وقيادته بالإضافة إلى نقل حالة الرعب والخوف للقطعان الصهيونية في وضع مستعمرات شمال فلسطين بشكل مباشر.

٣. لم يرتق الإعلام المقاوم وخطابه للمستوى الوطني بأبعاده القومية والتحريرية العالمية بل بقي أسير المعادلة الفصائلية التي لم تتجاوز حدود الايدولوجيا لهذا الفصيل أو ذاك.

٤. لم يتجاوز الخطاب الإعلامي حدود النقل والتغطية للحدث كما هو بعيداً عن ميدان المعركة ونقلاً في معظم المقابلات الفضائية بقي الخطاب الإعلامي الفلسطيني سطحياً حيث لم يتجاوز الثقافة الإعلامية الخطابية القديمة.

٥. افتقاره للدور الحيوي والاستراتيجي على أرض المعركة وهذا يحتاج بالتالي إلى إعادة النظر في كثير من الأمور والإمكانيات المادية والتقنية والمرضية لاستكمال شروط التكامل ما بين الدور الإعلامي والعسكري والصمود الشعبي كما حصل في لبنان ٢٠٠٦.

هوامش الفصل السادس

(١) الإعلام ومذاهبه، د. عبد اللطيف حمزة، ص ٧٣- ٨٢.

(٢) وصفي التل في مجابهة الغزو الصهيوني، دار الانتشار العربي، ص ٥٢.

(٣) موقع الكتاب الإعلامي لحركة حماس.

(٤) معركة إضعاف حزب الله، داني بروكفيش، ترجمة وعرض إبراهيم الفيومي، دار الشروق، عرض الجزيرة نت.

(٥) موقع الجزيرة نت.

(٦) لغة الصورة في إعلام المقاومة، عباس مزيد، الحرب الإعلامية لحزب الله، ص ٧٤.

(٧) الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد الملك خلف التميمي، سلسلة عالم المعرفة، ص ٣٣٢- ٣٤٥.

(٨) مرجع سابق، ص ٣٤٦ – ٣٥٩.

(٩) لمزيد من الاطلاع أنظر الخطة المنشورة في عام ١٩٨٢ والتي نشرتها رابطة الجامعات الأمريكية العرب وانظر كذلك مجلة الثقافة العالمية العدد السابع سنة ١٩٨٢.

(١٠) وانظر كذلك العرب والنظام العالمي الجديد، د. أحمد الخلايلة، مركز المستقبل للدراسات، من ص ٢٣٠- ٢٥٠

الفصل السابع

الإعلام اللبناني المقاوم

انطلق الإعلام اللبناني المقاوم من وحل الاحتلال الصهيوني للبنان عام ١٩٧٨ فقد بدأ هذا الإعلام من خلال الاتصال الشخصي بعد أن نشطت قيادات المقاومة اللبنانية وبالذات شخصية موسى الصدر بالاتصال بالقوى اللبنانية لاستنهاض الشعب اللبناني من الكارثة التي حلت به للدفاع عن الأرض والشعب، وقد نجح في ذلك حيث تم البدء بتشكيل البنية الأساسية للمقاومة لولوج مرحلة نضالية وكفاحية تمثلت بولادة تنظيمات وفصائل لبنانية معظمها اصطبغ بالصبغة الدينية كحركة أمل وحزب الله لاحقاً وتنظيمات نضالية ماركسية كالحزب الشيوعي اللبناني حيث يمكن الاطلاع على تجربة المقاومة الوطنية اللبنانية في كتابنا مشروعية المقاومة في الفكرين الغربي والإسلامي.

انطلق الإعلام اللبناني المقاوم من طبيعة المشهد اللبناني الديمقراطي، لبنان دولة ديمقراطية وهي واحة الديمقراطية في الوطن العربي، ومن هذا المنطلق ظهرت وسائل الإعلام اللبنانية المقاومة ضمن مبدأ دعم المقاومة واستنهاض طاقات الشعب اللبناني، لكن حزب الله تمكن خلال فترة وجيزة من قيادة المقاومة وإعلامها حقاً، لكن لابد من التأكد أن المقاومة وثقافتها وإعلامها تم إسنادها من قبل المجتمع اللبناني، وبذلك فإن النصر الذي حققته المقاومة كان بفضل المقاومة التي قادها حزب الله والدعم اللوجستي من المجتمع اللبناني معاً،إضافة إلى الدعم السوري المتواصل بالمال والسلاح والإعلام والدبلوماسية وكذلك الدعم الإيراني غير منقطع النظير، والمهم أن لبنان الرسمي بإعلامه واقتصاده وأحزابه وقف خلف المقاومة اللبنانية ليس بإرادته ولكن بسبب النفوذ السوري في لبنان قبل انسحابه عام ٢٠٠٥، حيث كان القرار اللبناني الرسمي يطبخ في المطبخ السوري في جميع مراحله، والمقاومة اللبنانية أول مقاومة عربية تجد الإسناد الرسمي والشعبي معاً بخلاف المقاومة الفلسطينية والعراقية لاحقاً، وهذا الدفع المعنوي ساهم في منح المقاومة مشروعيتها الإعلامية والسياسية حيث أن الشعب اللبناني قدم عشرات الآلاف من

الضحايا والشهداء أكثر من شهداء حزب الله.

لقد وعت المقاومة اللبنانية أهمية الإعلام في حكومتها ضد الاحتلال الصهيوني وهذا الوعي ليس غريباً على طبيعة المشهد اللبناني الذي هو واحة للحرية والفكر وخرج من قلب المشهد الإعلامي فضائية المنار وإذاعة النور، حيث انطلقت المنار في منتصف التسعينات من القرن الماضي وبالذات في عام ١٩٩٦ حيث تمكن حزب الله من امتلاك ناحية الإعلام المتلفز المقاوم لتكون المنار صوت الإعلام المقاوم ليس في لبنان فحسب وبل المنطقة العربية وخاصة الأرض الفلسطينية عبر الإرسال الأرضي الذي وصل طازجاً إلا أن القيادة السياسية والإعلامية لم تقف عند هذا الحد بل قامت بتطوير قناة المنار حيث تمكنت من تطوير بثها في عام ٢٠٠٠ من الأرضي إلى الفضائي وهذا التطور ساهم في تطوير خطابها وانعكس على المقاومة الفلسطينية.

هذا وقد تميزت المنار ببرامجها المتنوعة الحوارية بالإضافة إلى قوة مضمون وحرفية ومهنية الكليبات والسكيتشات التعبوية التي بثتها برامجها، إن انطلاقة فعاليات المقاومة الإسلامية بقيادة حزب الله وبسالتها ساهمت في انطلاقة الإعلام اللبناني المقاوم والذي تقوده بكل كفاءة وشرف قناة المنار وإن دل هذا فإنما يدل على وعي قيادة المقاومة وتقديرها لأهمية الإعلام ودوره الفاعل في معركة تحرير الأرض والإنسان، ومن هذا المنطلق فإن فلسفة الإعلام اللبناني المقاوم انطلقت من خلال المحاور التالية:[1]

أولاً ـ تحصين تعبئة المجتمع اللبناني: لقد مارس إعلام العدو حرباً نفسية تجاه المجتمع اللبناني من خلال اختراقه وزعزعته، لكن الإعلام المقاوم بقيادة المنار والنور تمكن من تحصين هذا المجتمع من خلال البرامج الدينية والثقافية والفكرية بأن العدو الأول والأخير للشعب اللبناني هو الكيان الصهيوني فهو الذي اعتدى على اللبنانيين، ولذلك نجحت الماكنة الإعلامية للمقاومة من التصدي للماكنة

الإعلامية للعدو والتي حاولت التسلل إلى الجبهة الداخلية للمجتمع اللبناني لخلخلة هذا المجتمع تحت مسميات الطائفية أو الخطر الشيعي أي تفجير صاعق الوحدة الوطنية فقد تمكن الإعلام المقاوم من تقديم وجبات دسمة من خلال المنابر الكلاسيكية للتوجيه الوطني مثل بناء المساجد والمدارس والجمعيات أو من خلال الأذرع الإعلامية للمقاومة وعلى رأسها فضائية المنار وإذاعة النور والصحف والمجلات التي تنطوي تحت إشراف المقاومة حيث أن قيادة الحرب حددت أهداف وفلسفة المقاومة والمتمثلة بكنس الاحتلال الصهيوني وتحرير الأرض والإنسان اللبناني فالحزب يقاتل ليس من أجل الطائفة الشيعية بل من أجل لبنان.

ثانياً - دور المقاومة في التصدي للعدو الصهيوني فالمقاومة ومن خلال أذرعها الإعلامية تسعى جاهدة لضخ مادة إعلامية عن فعاليات المقاومة وإنجازاتها في مقارعة المحتل بالصوت والصورة بحيث يصبح المقاوم اللبناني رمزاً للعزة والكبرياء حق التركيز على تأكيد حق الشعوب بمقاومة الاحتلال من خلال الإعداد الجيد لتحقيق النصر.

ثالثاً - تحطيم صورة الجندي الصهيوني: لقد تمكنت المقاومة من صهر الصورة النمطية عن الجندي الصهيوني بأنه سوبرمان، وان قوات النخبة «لواء جولاني» انهارت أمام بطولات المقاومة وأن الإعلام الصهيوني سقط مغشياً عليه أمام بطولات المقاومة وإعلامها، وأن صورة الجيش الإسرائيلي الذي لا يقهر قد تم تحطيمها حيث أن المقاتل اللبناني غير هذه الصورة النمطية وأن قوة الجندي الصهيوني في قوة كرتونية فقد أبرز الإعلام المقاوم صورة الدبابات الإسرائيلية وخاصة في معركة ٢٠٠٦ تنصهر أمام عمليات المقاومة وتحولت إلى كتلة من اللهب، كما أن صمود المقاومة اللبنانية أكثر من ٢٢ سنة من القتال المتواصل أثبت أن اقتلاع المقاومة هو ضرب من الخيال، كما أن الترسانة العسكرية فشلت فشلاً ذريعاً في اختراق المقاومة.

رابعاً ـ الحرب النفسية التي شنتها المقاومة سواء قبل التحرير وبعد التحرير فقد كانت ضمن منهجية وتمتاز هذه الحرب النفسية بالصدقية فمثلاً المقاومة قبل حرب ٢٠٠٦ حيث تمكنت المقاومة من أسر جنديين إسرائيليين وهذه العملية أربكت وصدمت الجيش الصهيوني كما أنه أثناء العمليات أعلنت المقاومة بأنها تمكنت من تدمير البارجة الإسرائيلية ساعر وهي في البحر وحاول الإعلام الصهيوني إخفاء الحقيقة لكن المقاومة وإعلامها عرضت صورة البارجة والنيران تشتعل بها.

الخطاب الإعلامي لقناة المنار

لعبت المنار دوراً كبيراً في مخاطبة الرأي العام اللبناني والعربي كما شنت حرباً نفسية على المحتل الصهيوني من منطلق أنها النافذة الإعلامية الوحيدة التي تعبر عن ثقافة المقاومة والاستشهاد والجهاد دفاعاً عن الأرض والشعب اللبناني، فقد امتاز الخطاب الإعلامي للمنار بإعجاب الأوساط اللبنانية العربية حيث ساهمت المنار في توجيه الرأي العام المناصر للمقاومة في الاتجاه الصحيح من خلال أنها المصدر الرئيسي للمعلومات والأخبار بالإضافة أنها تحولت كملتقى للسياسيين والمثقفين للحديث عن شؤون الساعة طيلة فترة الاحتلال وخاصة حرب تموز ٢٠٠٦ حيث تمكنت من تعبئة جماهير المقاومة الفلسطينية واللبنانية معاً قبل أن يصبح للمقاومة الفلسطينية فضائيات تتحدث بلسانها وأقصد فضائية القدس والأقصى، هذا وقد امتاز الخطاب الإعلامي للمنار بالاحترام والنزاهة والدقة في المعلومات وقدرة فائقة على توثيق الأحداث بالصوت والصورة ولم ينجر الإعلام اللبناني المقاوم «النار» إلى المبالغة والتكثيف على طريق الإعلام الحربي العربي وكل هذا الإنجاز في النهاية يصب في بحيرة المقاومة.

إن معيار مصداقية الإعلام المقاوم يعتمد على مصداقية المقاومة نفسها

وفعالياتها، ولهذا فقد حققت المقاومة اللبنانية مصداقية مركبة بناء على مصداقية المقاومة نفسها ومصداقية قيادتها التاريخية وحنكة قائدها وفيلسوفها موسى الصدر وزعامة قائدها الإعلامي والميداني الشيخ حسن نصر الله.

لقد نجحت المقاومة اللبنانية في تحقيق أهدافها وإستراتيجيتها حيث تمكنت من استخدام كافة الطرق والإمكانيات، وفي هذا الصدد يقول الدكتور مشوشي أن المقاومة اللبنانية استخدمت الإيماءات الأولية الغامضة إلى أحكم الرموز المتقنة، ومن الصورة البسيطة التي تمثل فكرة إلى أدق الرموز التي تدل عليها الرمزيات الرياضية، ومن الطرحة العارمة التي تحمل معناها في ثناياها إلى الألفاظ العلمية المحكمة المحدودة إلى الصورة واللغة والرأي والكلام المقروء والإيماء.

لقد طبق إعلام المقاومة اللبنانية كل الأساليب والمناهج الإعلامية التي توصل إلى استقطاب وجذب الرأي العام وفق قناعات ثابتة غير قابلة للجدل أو النزاع، وهذا التصور جاء من مبدأ الالتزامية والدقة والوضوح بمعايير أخلاقية.

من جهة أخرى اعتبر د. جورج كلاسي أن إعلام المقاومة في لبنان نجح وانتقل من إعلام طقوسي إلى إعلام الأحداث والوقائع وفرض حضوره على طاولة الأحداث بأسلوب المزاوجة بين الوطني والديني بما يضمن الجدية في التعامل مع الخبر بمهنية عالية والقدرة الفائقة في إنتاج البرامج الثقافية والدينية والاجتماعية المتوافقة وثقافة المقاومة الغير متنافرة مع طبيعة المجتمع اللبناني مما ساهم في تحصين مجتمع المقاومة من الوقوع في درن الطائفية والمحاصصة الحزبية مما تمكن من إعجاب الناس بالمستوى المحلي والإقليمي والدولي.

الواقع الذي ولدت فيه المنار

ولدت المنار في ظروف صعبة للغاية، لكنها تمكنت من شق طريقها في أسوأ أجواء محلية وإقليمية مشتعلة خاصة وأن ولادة فضائية مقاومة تتبنى نهج

المقاومة في زمن الردة والتشفي والتجزئة والطائفية والعشائرية وإقدام العرب للدخول على حمام الاستسلام.

لقد تمكنت المنار من إعادة التوازن للخبر الإعلامي المقاوم والتقرير المقاوم والريبورتاج المقاوم، وقبل ذلك كان المنتج المقاوم يأتي في وسائل الإعلام كأي حدث.

ومن هنا فقد واجهت المنار منذ بدايتها ضعفاً في الكوادر الإعلامية المؤهلة والمدربة بالإضافة إلى الإمكانات المادية المتاحة للقيام بهذا العمل، ومع ذلك قبلت المنار التحدي كما قبلتها واجهة الإعلام المقاوم اللبناني والعربي معاً، ودخلت في دائرة المنافسة بمثيلتها الإعلامية حتى دخلت إلى دائرة التنافسية وقد وصلت إلى الدرجة الثانية بين سبع قنوات تلفزيونية لبنانية هذا في حالة السلم، أما في حالة الحرب فكانت الأولى بلا شك وبلا منازع فهي المطبخ الأول للمقاومة وأكبر دليل على قوتها التأثيرية أنها تعرضت للمحاربة من قبل الأوروبيون والامبرياليين معاً لأسباب سياسية بضغط من اللوبي الصهيوني في فرنسا وأمريكا.

أين وصلت المنار؟

لن أتحدث عن الصورة التي وصلتها المنار من رؤية عربية محايدة أو رؤيا عربية مقاومة بل سأنقل للقارئ الكريم موقف عقول إستراتيجية صهيونية فهذه شهادة للخبير الاستراتيجي الصهيوني بروكفيتش حيث يقول: إن حزب الله أعطى أهمية كبيرة جداً لمعركة الوعي أكثر من اهتمامه بالعمليات العسكرية، ولهذا استثمر قسماً كبيراً من موارده في بناء إمبراطورية قناة المنار، وإذاعة النور، وموقع انترنت بكل اللغات بما فيها اللغة العبرية وصحف وكتب ونشرات مختلفة وهذا حسب قول الخبير الصهيوني سبب انزعاجاً للطرف الصهيوني لأنه كسر احتكاره التقليدي لرواية الصراع من طرفه فقط، وبكسر هذا الاحتكار فإن العالم ستكون له رواية أخرى مختلفة ومليئة بالمعرفة والمعلومات الدقيقة عما يجري في

صراعه مع قوى المقاومة في المنطقة، ومن ثم ينكشف زيف الرواية الصهيونية وتسقط مصداقيتها لدى الرأي العام العالمي الذي بدأ يستمع لوجهة النظر الأخرى[٢].

من جهة أخرى فقد اعتبر المعلق الصهيوني إلون بن ديفيد المعلق في القناة التلفزيونية الإسرائيلية العاشرة أن إسرائيل واجهت في الحرب مع حزب الله خصماً إعلامياً ذكياً ومتطوراً ذا قدرات إعلامية من كل الخصوم فقد كانت الحرب معه الأشد وخاصة في الناحية الإعلامية من أي حرب سابقة في تاريخ إسرائيل واعتبر أن الإعلام الصهيوني ظهر أمام إعلام حزب الله بأنه إعلام عاجز بل إن الحرب الإعلامية الإسرائيلية كانت حرباً غير ناجحة وإن إعلامنا عكس حرباً لم تكن جيدة.

هذا وقد جاء تقدير فينوغراد ليؤكد عمق الأزمة التي عاشتها إسرائيل والهزيمة الساحقة التي تعرضت لها، فإنجازات المنار تراكمية وليس وليدة الصدفة بل هي معاهدة وتكامل ما بين الإنجازات العسكرية والسياسية والإعلامية وقد أبدع حزب الله في ممارسة الحرب النفسية حيث مارسها بكل احترافية ومهنية معاً حيث امتازت تغطية المنار بالمصداقية واستخدمت الصوت مع الصورة وبذلك تكون قد وثقت عملياتها وخاصة إظهار معنويات المقاومين وهم في حالة معنوية عالية جداً وهم يبتسمون وليس في حالة خوف شديد وإرباك وكأنهم يساقون إلى الموت فالمقاومون ظهروا وكأنهم عشاق الشهادة، وهذه الحرب النفسية أربكت العدو وأرعبته في نفس الوقت ووضعته تحت شعار إننا نعشق الموت دون الأرض، ومن هنا فقد تمكنت المنار من إتقان الحرب النفسية من خلال إبراز عمليات المقاومة ذات الكفاءة العالية من خلال اكتساح مواقع العدو وأسر جنود وتصد للعدوان وهذه الصور في تنوعها أصبحت تشكل مصداقية لدى العدو وقد نجحت المنار في حربها النفسية وحطمت نفسية العدو.

من جهة أخرى ولتأكيد ما نقول فقد اعتبر أحد الكتاب الأمريكيين بأن

الإستراتيجية الإعلامية التي انطلق منها الإعلام المقاوم لحزب الله اعتمدت على إعداد المراسلين الإعلاميين إعداداً جيداً من منطلق أن الإعلامي مقاوم والمقاوم إعلامي أي أن الجندي تمكن من استخدام الكاميرا في اللحظة التي يقوم الإعلامي المقاوم بحمل السلاح وزرع العبوات الناسفة.

وفي ذات السياق فقد برزت رمزية قيادة المقاومة أنها من أكثر الأسلحة النفسية التي استخدمتها المنار فكل حضور إعلامي يقوم به رمز المقاومة الأمين العام لحزب الله حسن نصر الله يحمل مضامين إعلامية ذات مدلول حرب نفسية متقدمة ضد العدو حيث وصف من قبل خبراء الحرب النفسية الصهيونية بأنه الأب الروحي للحرب النفسية لما يتمتع به من مصداقية في الأوساط الصهيونية أكثر من قادتهم الذين يمارسون الكذب على شعوبهم، كما أن الخطاب العقائدي السياسي والإعلامي يشكل ذخيرة حية للإعلام المقاوم فقد كان خطاب الشيخ نصر الله بمثابة أسلحة رعب على الصهاينة حيث كانت قنابل الأمين العام لحزب الله أقوى أسلحة الردع والرعب على الصهاينة بل أن خطابه خلق ما يسمى بتوازن الرعب ليس بالكلام بل بالفعل وخاصة كلماته النارية التي كانت تدك قلوب الصهاينة قبل أن تدكهم الكاتيوشا.

مميزات خطاب إعلام المقاومة اللبنانية

تميز إعلام المقاومة اللبنانية بقدرته الفائقة على إدارة الحرب الإعلامية التي كانت الرديف الآخر للحرب العسكرية حيث أبرزت عروبة المعركة وإسلاميتها وتمكنت من إحياء الذاكرة الشعبية وإنعاشها من خلال بث الأناشيد، وقد امتازت المنار بأنها تمكنت من تقديم معركة إعلامية متكاملة حيث قدمت الحقيقة بكل تفاصيلها بالرغم من طبيعة المعركة.

والحقيقة أن الذي قاد إعلام المقاومة اللبنانية هي قناة المنار الفضائية والتي بها الاتزان والهدوء من خلال الاعتماد على الحوار المباشر والتواصل الحي مع

المشاهدين والمستمعين برغم الظروف التي كان يعيشها الأمر الذي أعطى الانطباع للمشاهد بالثقة بالنفس والقدرة على دحر المعتدي وتحقيق النصر، هذا وقد امتاز إعلام المنار المقاوم بما يلي:

١. قوة التأثير على المستوى الداخلي والخارجي.
٢. المصداقية.
٣. القدرة الهائلة على امتصاص الضربات الإعلامية التي يكيلها الإعلام الصهيوني.
٤. الاعتماد على الرأي والرأي الآخر ويث روح الديمقراطية والحوار.
٥. كشف الأكاذيب الصهيونية وفضحها.
٦. الاعتماد على العقلانية والنهج العلمي.

ومن جهة أخرى كانت مسؤوليات الإعلام اللبناني المقاوم مسؤوليات كبيرة جداً من منطلق أن هذا الإعلام اللبناني يواجه إعلاماً صهيونياً تمكن خلال العقود الست الماضية من السيطرة على المشهدين السياسي والعسكري أي أن إعلام المقاومة اللبنانية واجه إعلاماً صهيونياً شرساً استيطانياً تمكن من إلحاق الهزيمة بجيوش الأمة العربية النفسية والإعلامية ومن هنا فعلى الإعلام المقاوم أن يدرس الخطاب الإعلامي الصهيوني ليتم فهمه وتفكيك فلسفته واستراتيجياته، ومن هنا فإن الإعلام الصهيوني يمتاز بما يلي:

١. **القوة التأثيرية على الإعلام الغربي** حيث تمكن هذا الإعلام من بسط نفوذه طيلة القرن الماضي على الإعلام الغربي والأمريكي بشكل خاص وبالمقابل غياب كامل للإعلام العربي من حيث الدور والوظيفة والاستثمار.
٢. **استثمار بشري ممنهج:** يهدف الإعلام الصهيوني وراء ذلك للهيمنة والسعي على أهم المفاصل الرئيسية وخاصة ما يتعلق بالصراع العربي الصهيوني حيث عادة نجد أن التغطية الغربية للواقع العربي تكون ما بين ٤- ٥ صحفيين معظمهم أو كلهم صهاينة.
٣. **المبالغة في عرض الأحداث:** لقد استغلت وسائل الإعلام الصهيونية ما سمي بقضية المحرقة على يد النازيين والمبالغة في تغطية أحداثها وتضخيم هذا

الحدث واختراع تهمة معاداة السامية واللجوء إلى كافة أشكال الابتزاز ضد وسائل الإعلام ورجال السياسة والإعلام.

٤. **السعي لامتلاك الإمكانات العالمية** والتقنية المتطورة ومنع وصولها للجانب العربي، والسعي لمنع وصول بث وسائل الإعلام المقاوم للرأي العام الغربي والأمريكي خاصة، وقد نجحت قناة المنار في كسر هذا الحاجز الإعلامي من خلال شبكة الكيبل التي تعتبر الوسيلة الأساسية للمشاهدة التلفزيونية في الغرب.

مقابل ذلك فإن الإعلام العربي الرسمي الخاص باستثناء المنار والجزيرة كان غائباً وتعمد الدخول إلى منطقة الصمت المريب بل إن الخطاب السياسي والإعلامي الغربي توافق مع التصورات الصهيونية وخاصة حرب تموز ٢٠٠٦ وما بعدها، وأمام هذا الواقع يطرح السؤال التالي ما هو المطلوب من الإعلام المقاوم اللبناني؟

على الإعلام المقاوم أن يقوم بما يلي:

١- الاعتماد على إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم من خلال التخطيط المبرمج والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية المقاومة والرديفة لها في مجال توحيد الخطاب الإعلامي بكافة أموره.

٢- اعتماد أسلوب موحد في الرسائل الإعلامية والتي تتفق في الإطار العام مع أوقات وظروف مواجهة المشاريع والخطط الأمريكية والصهيونية.

٣- البحث عن سبل ووسائل فاعلة لتنفيذ الإستراتيجية للإعلام المقاوم لإيصال صوت المقاومة إلى الرأي العام العالمي.

٤- التصدي للإعلام المأجور المعادي وفضحه والعمل للحد من تأثيره على الرأي العام العربي والتنسيق مع الإعلام المحايد العربي.

٥- استنهاض ثقافة الأمة وخاصة ثقافة المقاومة ونشر قيمها والعمل على تعميمها.

٦- التصدي للمفردات والمصطلحات الإعلامية التي تروجها وسائل الإعلام المعادية والمتعاونة معها.

٧- تفعيل دور الإعلام الإلكتروني والاستفادة منه إلى أقصى قدر من الإمكانيات الهائلة التي يمكن أن يقدمها.

٨- السعي إلى وسائل الإعلام الناطقة باللغات العالمية لمخاطبة الرأي العام العالمي بلغته وبالأسلوب المناسب والعمل على تشكيل جماعات ضغط عربية ومناصرين لها للقضايا العربية في وسائل الإعلام الغربية والأمريكية.

من جهة أخرى فهناك جملة من المعايير التي على الإعلام اللبناني المقاوم بشكل خاص والإعلام المقاوم العربي بشكل عام والالتزام بها وتمثل ذلك بالمحاور التالية:

١. الالتزام بخط المقاومة وخطابها من خلال تعبئة جماهير المقاومة سواء المقاتلين أو الجبهة الداخلية للمقاومة أو الجمهور العادي والمحايد.
٢. التغطية الحية المتواصلة.
٣. المصداقية التي يجب أن يتمتع بها الإسلام المقاوم.

أبرز الانتقادات الموجهة لقناة المنار

بالرغم من السجل الحافل للمقاومة الوطنية اللبنانية وإعلامها المقاوم والمتمثل بقناة المنار والنور إلا أن هذا الإعلام تعرض للانتقادات اللاذعة وأهمها:

١. التخندق المذهبي لقناة المنار أي الارتهان للخطاب المذهبي الشيعي وعدم الخروج عن هذا الإطار.
٢. اختفاء الدعم الكبير من قبل الأذرع الإعلامية والسياسة للمقاومة اللبنانية لدعم المقاومة الواقية مقارنة بدعمها الكبير للمقاومة الفلسطينية.
٣. تعرضت المقاومة وإعلامها المقاوم للتشويش من الإعلام العربي الرسمي بأنها قد أقدمت على مغامرة غير محسوبة النتائج وخاصة عندما اختطفت جنديين صهيونيين وهذه المغامرة جرت الويلات على المقاومة اللبنانية والشعب اللبناني حسب مزاعم الإعلام الرسمي العربي.

المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية

١- موقع القاتل على شبكة الإنترنت.

٢- موقع قناة المنار، محاضرة منشورة على شبكة الإنترنت لمدير قناة المنار السيد عبد الله قصير.

٣- الجزيرة نت.

٤- موقع ألوان عربية، أكرم عبيد.

٥- الموقع الإلكتروني والإعلامي لحركة حماس.

٦- موقع حق الإخباري.

٧- تقرير لجنة الأزمات الدولية حول المقاومة العراقية والمنشور على شبكة الإنترنت.

٨- موقع جماعة الإخوان المسلمين.

٩- وثيقة البث الإذاعي والتلفزيوني المنشورة على شبكة الإترنت.

١٠- موقع الجزيرة نت.

١١- الموسوعة الحرة.

هوامش الفصل السابع

(١) مشروعية المقاومة في الفكرين الإسلامي والغربي، بسام مشاقبة كتاب تحت الطبع، ص ٦٦٠.

(٢) معركة إضعاف حزب الله، داني بركوفيتش، ترجمة إبراهيم فيومي.

الفصل الثامن

الإعلام العراقي المقاوم

انطلق الإعلام العراقي المقاوم للاحتلال الأمريكي من وحي المقاومة العراقية التي وصفها الخبراء الاستراتيجيون بأنها أعنف مقاومة شهدها التاريخ الإنساني بل هي أول حركة في العالم انطلقت بعد مرور ٢٤ ساعة من الاحتلال، فقد نشرت وسائل الإعلام أول عملية مصورة عرضتها قناة الجزيرة لتعلن انطلاق المقاومة العراقية ضد الاحتلال الأمريكي والبريطاني نجم عنها مقتل جندي أمريكي وجرح آخرين في عملية نفذتها المقاومة العراقية، لا أريد أن أسهب عن المقاومة العراقية ومنطلقاتها فبإمكان القارئ العودة إلى كتابنا مشروعية المقاومة في الفكرين الإسلامي والغربي، حيث تناولت جذور المقاومة العراقية الحديثة منذ الاحتلال البريطاني للعراق عام ١٩١٧ ولغاية الآن جند الاحتلال الأمريكي.

من جهة أخرى أشارت وسائل الإعلام الأمريكي إلى فعاليات المقاومة العراقية ولكن على اعتبار أن هذه العمليات حالات تمرد ينفذها بقايا الصداميين والبعثيين.

ومن هذا المنطلق فقد كانت الماكنة الإعلامية الأمريكية تتجنب ذكر فعاليات المقاومة وقد سار على هذا النهج الإعلام العراقي الذي يمثل القوى السياسية العراقية التي جاءت على ظهور الدبابات الأمريكية، ونتيجة لفعاليات المقاومة العراقية وبعد ثلاثة أشهر من الاحتلال أقرت الدول والهيئات بوجود إعلام مقاوم ومقاومة عراقية، ومن هنا بدأت مرحلة تشكل الإعلام العراقي المقاوم حيث أن الإعلام العراقي هو إعلام أمريكي لكنه ينطق باللغة العربية، ولذلك سعت قيادات المقاومة العراقية للبحث عن منابر إعلامية تعبر من خلالها عن فعاليات المقاومة وبطولاتها وتمجد نضالها وتضحياتها بل إن الصورة المقاومة وصلت إلى أعلى مراحل الأسطورة التاريخية، وهذا بحد ذاته شكل سرعة وانتشار الفعل المقاوم ودقة أدائه، وبالتالي شكل قاعدة للعمل الدعائي الذي يحقق أهدافاً عديدة للمقاومة وأهمها دعوة أفراد القوات المسلحة العراقية الذين تم تفكيك قيادتهم العسكرية بعد

الاحتلال، كذلك فإن البيئة الاجتماعية الخاصة للمقاومة قامت بتوفير الإسناد والدعم والحماية للمقاومين خلال صولاتهم وجولاتهم وغاراتهم وانسحابهم، ومن هنا ظهرت أول بدايات الإعلام المقاوم العراقي والذي جاء على شكل كتابة شعارات على الجدران وهذه الشعارات تمجد المقاومة وتدعو المواطنين للانضمام إليها ومساندتهم، وتهاجم وتسخر من المحتلين وتهدد أعوانهم بالعقاب الشديد[1].

كما وبرزت للعيان منابر المساجد كمنابر إعلامية وساحات حزبية للتنديد بالمحتل والدعوة إلى المقاومة وبرز من قلب المساجد هيئة علماء العراق وهذه الهيئة تصدرت المشهد بين الإعلامي والسياسي بالدعوة لمقاومة المحتل الأمريكي.

إن المقاومة العراقية أثارت انتباه المجتمع الدولي فقد برزت بشكل مخيف وهذا ليس غريباً لأن حجم القوة التي احتلت العراق هي قوة مهيمنة على المستوى الدولي ولها أذرع أخطبوطية، ولذلك فإن مقاومة هذه القوة يحتاج إلى مقاومة قوية مناهضة للاحتلال على الصعيدين العسكري والإعلامي ومن هنا فإن الذي سيتكلف بتسويق ثقافة المقاومة هو الإعلام المكلف بتغطية الحدث العراقي بمجمله. السؤال المطروح كيف بدأ الإعلام المقاوم عمله في العراق؟

انطلق النهج الإعلامي للمقاومة العراقية من فعالياتها فقد صدر أول بيان إعلامي للمقاومة العراقية تحت اسم حركة المقاومة الإسلامية الوطنية وهو يمثل برنامج عمل المقاومة وقد بدأ البيان بتوجيه نداء للشرطة العراقية والجيش العراقي والدفاع المدني ومؤسسات الدولة العراقية بأن هدف المقاومة مواجهة الاحتلال الأمريكي الغاصب المحتل، ودعت الفعاليات المذكورة الاصطفاف لحماية العراق وتحقيق الظروف الموضوعية لتحرير العراق وتحقيق الاستقلال الوطني وطرد المحتلين.

كما أن فعاليات المقاومة العراقية بدأت تظهر على شكل أفلام فيديو حيث يتم تصويرها من قبل المقاومين وقد بدأت تظهر هذه الأفلام في وسائل الإعلام

والفضائيات، وهذه الأفلام لم يكن إخراجها بشكل مهني بل صورت من قبل هواة تم تصويرها في ظروف سرية صعبة للغاية، وبالتدريج بدأت تظهر أفلام توثيق العمليات المسلحة التي تم تصويرها بشكل أكثر حرفية وتعبر عن مصداقية، ثم ظهر لاحقاً أن المقاوم العراقي تحول إلى إعلامي وكذلك الإعلامي إلى مقاوم، ثم انتقلت نشاطات المقاومة إلى شبكة الإنترنت حتى أصبح للمقاومة مواقع إلكترونية تعبر من خلالها على فعالياتها، ومن هذه المواقع موقع البصرة حيث يقوم بنشر البيانات والمقالات عن المقاومة العراقية أما بالنسبة للإعلام المقاوم والذي بدأ كمفهوم مجرد، وقبل ذلك فهو إعلام يمتاز بشخصية متفردة لا مؤسسات مادية وعلنية على صعيد الواقع وحتى ما يمكن أن نسميه لاحقاً مرجعيات إعلامية حديثة عن المقاومة، فإنها لا تملك الوسائل والتقنيات التي تمكنها من تحديد ملامح صورته وقدرته وتأثيره في محيطه، وبذلك فهو إعلام يتوافر على خصائص لها ميزاتها الإيجابية ومردوداتها السلبية في الوقت نفسه، والملفت للانتباه أن وسائل الإعلام العراقية التي ظهرت بعد الاحتلال تجاوزت ٢٠٠ صحيفة و ٧٠ فضائية لكنها كانت تتجاهل المقاومة العراقية وثقافتها[٢]، باستثناء بعض المواقع الإلكترونية وخاصة موقع البصرة والذي تحول إلى موقع لتوثيق نشاطات المقاومة العراقية سياسياً وعسكرياً وإعلامياً وأصبح مصدراً لوسائل الإعلام ولذلك تحول إلى منبر لكل من له عداوة مع أمريكا سواء أكان من المعارضة السياسية والعسكرية ولذلك شعرت أمريكا بحضوره وخطورته وبدأت ترصد تحركاته وحاولت المضاربة عليه بل وحاولت تعطيله.

ومن ناحية أخرى فقد أشرنا سابقاً إلى أن وسائل الإعلام العالمية والعربية نقلت فعاليات المقاومة العراقية كأي خبر يتم تغطيته، بينما في الصورة الأخرى ظهرت ازدواجية في التغطية الإعلامية للإعلام العراقي فهو إعلام حكومي ورسمي تسيطر عليه الدولة المحتلة يتحدث عن انتصارات وتحرير العراق وهذا الإعلام مساند

للاحتلال والمحتلين وفي هذا المجال يقول الخبير الإعلامي العراقي د. ياسين صباح بأن الإعلام العراقي المقاوم يوجد في سفينة الإعلام المعارض للاحتلال، هذا إلى جانب وسائله الأخرى التي سبق الإشارة إليها إلى جانب وسائله الأخرى التي سبق الإشارة إليها مثل البيانات التي تتصدر المواقع الإلكترونية والمطبوعات، والأهم من ذلك أن قناة الجزيرة نشرت في ٢٤ أيلول ٢٠٠٥ أن عدداً من عناصر الجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية «جامع» قد وزعت الإصدار الأول من مجلة تحمل اسم الجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية وقد أصدرها المكتب الإعلامي التابع للجماعة المسلحة وبحسب الجزيرة وزعت الجماعة عدداً من نسخ المجلة على المصلين عقب صلاة الجمعة ونشرت المجلة صوراً لعدد من العمليات قالت إنها نفذتها في العراق واستهدفت فيها القوات الأمريكية، كما ووزعت الجماعة كتاب ثورات التحرر الوطني في القرن العشرين للواء الركن محمد علي مصطفى الذي يتضمن خلاصة ثورات التحرر في جنوب آسيا وتجارب الحرب العالمية.

إن الإعلام العراقي المقاوم لم يولد من رحم مؤسسات سياسية وإعلامية تشرف عليها المقاومة بشكل مباشر كما هو الحال في المقاومتين الفلسطينية واللبنانية، والسبب في ذلك يعود إلى أن المقاومة العراقية ولدت على ضوء تفكيك الدولة العراقية وتفكيك الجيش العراقي ولا يوجد وسائل داعمة للمقاومة، بل إن الإعلام العراقي كان مضمراً أو معلناً عبر توارد الأنباء عن العمليات المسلحة ضد الاحتلال أو من خلال ما تقوم بنشره الفضائيات التي اهتمت بالشأن العراقي، ومع ذلك فإن أخبار المقاومة كانت من خلال مواقع منزوية ومتواضعة، لكن مع ازدياد فعاليات المقاومة تبدلت الصورة وخاصة مع ازدياد وتيرة المقاومة وتصاعد أعداد القتلى والخسائر المادية والبشرية للقوات الأمريكية، وهنا صدمت الولايات المتحدة وأزلامها وأقزامها وأصابهم الذهول وهو أنه بعد سكرة مهرجان الفردوس في ٢٠٠٣/٤/٩ ظهرت فكرة المقاومة، ويسجل الخبراء الإعلاميون أن الإعلام

الأمريكي تنازعته حالتان[٣]:

أولهما: الانبهار بالإنجاز الحاسم وسرعة الاحتلال وتدني حجم الخسائر البشرية والمادية للدول المحتلة.

ثانيهما: الخوف من واقع تجربة فيتنام وتماثل وتطور الأحداث، والتردد في صياغة خطاب إعلامي متناقض يقود بالتالي إلى استجلاب الخوف لدى المجتمع الأمريكي من المغامرات العسكرية غير المحسوبة النتائج.

وعلى ضوء التنامي للمقاومة العراقية بدأت الحقيقة تتكشف عن أكاذيب مشروعية الاحتلال الأمريكي للعراق والمتمثل لغاية الآن، وهنا واجه المجتمع الأمريكي إشكاليتين تمثلت **الأولى** بالواقع والذل والمحبط أخلاقياً إلى جانب الأعمال الارستقراطية التي نظمت في ساحة الفردوس والاحتفال بالنصر السريع على العراق.

والمعضلة الثانية التي حاولت أمريكا أن تخفيها عن الشعب الأمريكي وهي أن المقاومة التي تنقلها وسائل الإعلام ما هي إلا فلول النظام السابق، لكن الحقيقة لا تغطى بغربال فانقلب السحر على الساحر، وبدأت المقاومة العراقية تخترق وسائل الإعلام وتصل إلى الشارع الأمريكي لكن الإعلام الأمريكي ونتيجة للضغط عليه من المؤسسة العسكرية حاول تشويه المقاومة من حيث أن هذه أعمال تخريبية وأعمال تمرد هدفها تخريب السياسة والديمقراطية في العراق.

ومما زاد الطين بلة أن وسائل الإعلام والفضائيات تبارت في نشر صور الدبابات والآليات العسكرية الأمريكية وهي تحترق ونقلت وسائل الإعلام ارتال الدبابات الأمريكية وهي تتعرض لعملية قصف مركز والنار مشتعلة بها، كل ذلك كشف زيف وأكاذيب الاحتلال من أن الشعب العراقي يوزع الحلوى والورود على الجنود الأمريكيين ولكن الحقيقة عكس ذلك فكان يوزع عليهم القنابل والعبوات الناسفة وكان قناص بغداد كل يوم يقدم باقة من الرصاص إلى رؤوس

الجنود الأمريكيين، كما أن خبر المقاومة العراقية ينتشر بسرعة مذهلة إلى قلوب صناع القرار بالبيت الأبيض، هذا وقد بدأت الصورة تظهر أعداد الخسائر من خلال الجثث الموجودة على أسطح حاملات الطائرات والمستشفيات المنقولة جواً وبحراً.

مسوغات ولادة الإعلام العراقي المقاوم.

إن الحديث عن مسوغات ولادة الإعلام العراقي المقاوم يقودنا للحديث عن مسوغات المقاومة العراقية نفسها والمتمثل بوجود الاحتلال المتعدد الأطراف «الأمريكي، البريطاني، الصهيوني، الإيراني»، لكن الدافع الحقيقي وراء تشكيل فصائل ومجاميع المقاومة العراقية تنحصر بالآتي[٤]:

١. **الدوافع الوطنية:** فقد انطلق أساسها من رفض وجود الاحتلال على أرض العراق ومحاولة استرجاع سيادته وكرامته اللتين سلبتا بسبب المحتل وغالباً ما يتبنى هذا الدافع التيارات الوطنية والقومية والعشائرية وبعض القوى الدينية.

٢. **دوافع انتقامية:** أساسها رد فعل لحقوق ضاعت ومناصب ذهبت أو تجاوزت حصلت من قوات الاحتلال من خلال الاعتداء على الحرمات والأعراض والكرامة.

٣. **دوافع دينية:** يعتبر هذا الدافع من أقوى الدوافع لمقاومة الاحتلال، وذلك لأن أساسها التأهيل الشرعي لرد الاعتداء على بلاد المسلمين والسعي لتحريرها من المحتلين وأعوانهم في إطار المقاومة.

٤. **دوافع متعددة:** تجمع مابين دافعين هما الوطني والإسلامي وجمعتهما طبيعة المعركة في العراق ومع ذلك فالرابط بينهما قلما سرعان ما ينفصل.

ومن هنا نقول إنه من خلال النظر إلى المرجعيات الفكرية لفصائل المقاومة نجد أن معظم الفصائل هي ذات مرجعية إسلامية بحتة وهي التي فجرت المقاومة

العراقية وقادت برنامجها السياسي والفكري وعلى رأسها هيئة علماء المسلمين في العراق[٥].

معوقات الإعلام العراقي المقاوم

أشرنا سابقاً إلى أن المقاومة العراقية ظهرت مبكراً بدون تخطيط مسبق على الصعيدين العسكري والإعلامي، وهذا ليس ذنبها ولكن حجم القوة الأمريكية كانت أضخم مما يتخيله المرء والعقل، ومع ذلك تمكنت المقاومة العراقية من مواجهة هذا الواقع بشتى الوسائل والطرق وقد حققت جملة من الإنجازات أذهلت المحتل الأمريكي قبل الأصدقاء والمحايدين وجمهور المقاومة ولهذا واجهت المقاومة العراقية ومعها الإعلام المقاوم في بداية الانطلاق جملة من المعوقات المتمثلة فيما يلي:

١. إن تغيير اتجاهات الرأي العام العالمي ليست مهمة سهلة أي أن إخراج الرأي العام العالمي للتعبير عن تنديده بالاحتلال من جهة وإقناع الشعب العراقي بضرورة مقاومة المحتل يحتاج إلى جهد إعلامي مكثف ويحتاج بالدرجة الأولى إلى فعاليات المقاومة ذاتها.
٢. غياب الإعلام العراقي المقاوم عند المقاومة منذ البداية والاعتماد على وسائل إعلامية ذات صيغة مهنية، لكن المقاومة تمكنت من خلق أذرع إعلانية وفضائيات لاحقاً تعبر عن فلسفتها وصوتها وتتبنى نهجاً مقاوماً وسوف نتحدث عنها لاحقاً.
٣. الحصار الإعلامي الشديد الذي فرضته الدولة المحتلة والأنظمة التي تنساق تحت عباءتها.
٤. غياب خطاب إعلامي عراقي مقاوم يخاطب العقل الغربي.
٥. الأفعال والرسائل التي تصل للمواقع الرسمية للمقاومة العراقية.

إنجازات الإعلام العراقي المقاوم

منذ انطلاقة المقاومة العراقية وصاحب هذا الكتاب يدافع عن مشروعيتها فقد كتب العديد من المقالات التي تعزز بسالتها وأعمالها البطولية وسوف أطلع القارئ الكريم في نهاية إعداد هذا الكتاب على بعض النماذج من هذه المقالات كما أن الكاتب دعم المقاومة في المهرجانات الانتخابية البلدية والنيابية وفي مواسم الأعياد والأفراح والأتراح في الأردن، ومع ذلك وعلى ضوء ذلك فقد حققت المقاومة وإعلامها المقاوم جملة من الإنجازات المتواضعة منذ انطلاقتها وخاصة الإعلامية بين الجماهير العراقية من خلال شبكة الإنترنت والفضائيات العراقية الداعمة للمقاومة، علماً بأن معظم مواقع الشبكة العنكبوتية تملكها جهات رسمية ومع ذلك فقد حقق الإعلام المقاوم جملة من الإنجازات والمتمثلة بما يلي:

١. زيادة عدد الزوار لمواقع المقاومة العراقية على الشبكة العنكبوتية وتصفح صفحاتها وازدياد ردود الأفعال الداعمة لها.
٢. حظيت المقاومة العراقية وإعلامها بالتأييد الشعبي من خلال وجود رموز تدافع عنها بالكلمة وبالرصاصة وخاصة قناص بغداد.
٣. تمكنت المقاومة من إحداث توازن بحرب المصطلحات كالجهاد والمقاومة مقابل الإرهاب والتمرد وقد تمكن الإعلام المقاوم العراقي من انتزاع شرعية للمقاومة والإقرار بوجود احتلال في الأوساط الإعلامية الأمريكية والغربية.
٤. تمكن إعلام المقاومة من إزالة وكنس التراب من على وجه المقاومة العراقية وخاصة لدى المنظمات الدولية.

موقف المنظمات الدولية من الإعلام العراقي المقاوم

بفضل الماكنة الإعلامية المقاومة العراقية والتي تم بثها من خلال قناة الجزيرة أو الإعلام العراقي المقاوم حيث جرى تغير في طبيعة الموقف الدولي وخاصة لدى المنظمات الدولية والتي بدورها اعترفت بشرعية المقاومة والسبب في هذا التحول ليس لأسباب مبدئية لعدة منظمات بل من طبيعة الموقف العراقي في أوساط الرأي العام الدولي ومن أبرز هذه الهيئات مجموعة الأزمات الدولية «ICG» فقد أشارت في تقرير لها نشرته في ١٥ شباط ٢٠٠٦ أي بعد مرور ثلاث سنوات على المقاومة العراقية تحت عنوان قراءة في التمرد العراقي، ويحمل هذا التقرير رقم «٩» في قسم الشرق الأوسط حيث يعترف التقرير وصانعوه قبل ذلك بان مواقع الويب والدردشة على شبكة الإنترنت وأشرطة الفيديو والبيانات والإعلانات بانها لعبت دوراً كبيراً في الربط بين مجموعات المتمردين، لاحظوا معي استخدم مصطلح المتمردين بدل الإرهابيين أو الصداميين وهذا تحول بحد ذاته، وبأنه خلال السنتين الماضيتين زاد تأثير مثل هذه الوسائل وتم استخدامها بشكل ذكي من قبلهم، ويفرد التقرير جزاءاً متخصصاً للاستنتاجات التي توصل إليها والمتمثلة بما يلي:

١- إن التمرد الخاضع لهيمنة وإدارة بعض المجموعات الكبيرة عبر طرق معقدة فهو لم يعد ظاهرة موضوعية أو عصبية أو مبعثرة بل إن مجاميع وفصائل المقاومة هي مجموعات منتظمة بشكل جيد وتصور منشورات منتظمة وتتفاعل بشكل سريع مع الأحداث السياسية ولديها مركزية مدهشة للغاية، وقد حصل منذ مدة تقارب تدريجي منسق بين هذه المجموعات وأصبحت تعتمد تكتيكات ووسائل شبه موحدة وتغلب على هذه المجموعات الوحدة كلها بعد أن كانت منقسمة قبل ذلك في عملها وأيديولوجيتها، لكن المناقشات التي جرت بينهم أوصلتهم إلى رؤية مشتركة تقوم على التشريع الإسلامي والاستجابة لمظلومية العراقيين.

٢- إن هذه المجموعات متنبهة بشكل كبير إلى الرأي العام وإلى صورته لديها

ولذلك فهم يردون مباشرة على أية اتهامات بالفساد الأخلاقي أو العنف الأعمى، ويرفضون الاتهامات بإشعالهم حرباً طائفية، ويعملون على حماية المدنيين وتعويضهم عن أي ضرر يقع عليهم.

٣- تمكنت وسائل المقاومة العراقية الإعلامية أن تسلط الضوء على وحشية الاحتلال الأمريكي ويقول منظمو التقرير بأن المواقع الإعلامية المقاومة وبعض الفضائيات الداعمة للمقاومة تمكنت من إعطاء الصورة الحقيقية عن الاحتلال الأمريكي بأنهم وحوش كاسرة وأن الوحشية الأمريكية قل نظيرها في التاريخ الإنساني، كما أن صورة العناصر العراقية التي جلبت على ظهورها الدبابات الأمريكية لا تقل وحشيتها ودناءتها عن الأمريكيين.

٤- التقرير أكد بأن ما يسمى بحلفاء الأمريكيين من العراقيين قد انكشف مداه وبأنهم مجرد عملاء وأمراء للحرب هدفهم إشعال الحرب الطائفية المدعومة من الاحتلال وأنهم دعاة تقسيم العراق وأنهم متورطون في عمليات التعذيب والاغتصاب والقتل، وأنهم مجرد دمى للاحتلال لا يتورعون عن الاكتراث بالخسائر المدنية للشعب العراقي.

من جهة أخرى فإن رموز الاحتلال الأمريكي وعلى رأسهم جورج بوش الابن صرح ذات مرة بأن المقاومة العراقية لا تعرف الرحمة، كما أن وزير الدفاع رامسيفلد اعترف بتفوق الإعلام العراقي المقاوم وخاصة قناة الجزيرة والتي أثبتت كفاءتها وفعاليتها في كشف أكاذيب الأمريكيين.

وفي الختام نقول أن الإعلام العراقي المقاوم للاحتلال الذي كان ينطلق من قناة الجزيرة ساهم في زيادة تصاعد الرفض الشعبي والرسمي في الغرب وتنديده بما يجري في العراق.

كما أن الإعلام العراقي المقاوم ساهم في اتساع دائرة المطالبين بسحب القوات الإمبريالية وما تنتجه انتخابات الكونغرس الأمريكي والتغيير الذي جرى في أمريكا على مستوى الرئاسة لهو اكبر دليل على تفوق الإعلام المقاوم وقدرته الفاعلة في التأثير على الرأي العام الأمريكي بأن فاتورة الحرب في العراق هي المسؤولة عن الأزمة المالية العالمية.

الهجمة الإعلامية الغربية على العراق

من خلال ما تقدم نبين أن الإعلام العراقي المقاوم أخذ جهداً كبيراً في المشهد العراقي بالرغم من أنه جاء متأخراً كثيراً عن المقاومة المسلحة ولذلك كان من المفترض أن يكون الإعلام العراقي حاضراً للمشهد منذ أول رصاصة عراقية توجهت إلى قلب المحتل الأمريكي وعملائه من منطلق أن الإعلام أصبح قوة فتاكة وسلاحاً هاماً في إدارة المعركة السياسية والعسكرية والاقتصادية المقاومة فقد حقق إنجازات كبيرة، وتاريخ الإعلام حافل في حركات المقاومة ولا يسعنا إلا أن نذكر تصريح لأحد القادة العسكريين الأمريكيين المنهزمين في حرب فيتنام بقوله «لقد انهزمنا لأننا لم نجد إعلاماً ينقل ما نريد عن المعركة» ومن يومها جندت أمريكا كل إمكانياتها لخدمة ترسانتها الإعلامية وأخضعتها للتدريب الممنهج لما للكلمة والصورة من معنى وزادت قبضتها على كل وسائل الإعلام فاخترقت من خلال دس العملاء وشراء الذمم والضمائر والأقلام كما تفعل الآن في أفغانستان والعراق أو مواجهتها بالسلاح كما فعلت مع الجزيرة في العراق وأفغانستان وهذا بالطبع يقودنا إلى المعركة الإعلامية التي خاضها العراق من قبل الطواقم الإعلامية الأمريكية قبل الاحتلال وبعده ولذلك فإننا سنقوم بدراسة الدور الذي لعبه الإعلام الأمريكي في تضليل المجتمع الغربي والدولي لاحتلال العراق.

الهجمة الإعلامية الأمريكية الصهيونية على العراق قبل عام ٢٠٠٣

خلال هذه الصفحات سنتحدث عن طبيعة الهجمة الإعلامية الأمريكية التي شنت على العراق قبل الحرب وبعد الحرب، وهذا يقودنا إلى معرفة الإستراتيجية الإعلامية الأمريكية ضد العراق.

منذ منتصف السبعينات من القرن الماضي والعراق في دائرة الاستهداف الغربي، بالأحرى بدأ العراق يوضع على طاولة الاستهداف الدولي بعد القرار الجريء الذي اتخذته القيادة العراقية بتأميم النفط العراقي وتمكنه من تصفية كل أوكار

التجسس الصهيونية والإمبريالية من ناحية وتعدد مصادر الحصول على السلاح والتسلح التي أقدمت عليها الحكومة العراقية ثم جاءت معاهدة الجزائر، ولذلك شعرت القوى الغربية بأن القيادة العراقية بدأت تتلمس طريق التقدم والنهضة، وأن العراق بدأ يخرج من النفق المظلم والخروج من دائرة الهيمنة الغربية وخاصة بعد أن دخل النفط في المعركة.

والسؤال المطروح كيف بدأت الحملة الإعلامية الظالمة على العراق؟

بدأت ملامح الهجمة الإعلامية الظالمة على العراق من خلال غطاء ديني بحت تبنى عقائد منحرفة وأساطير وخرافات التصقت بعقول الأمريكيين وخاصة المتعصبين منهم الذين يعتقدون أن العراق الحالي هو امتداد تاريخي وسياسي لدولة بابل التي هددت الوجود اليهودي في الماضي وهي التي تقف في وجه الصهيونية الجدية «إسرائيل»، وأن أي نهوض لهذه القوة يعني تهديد أمن إسرائيل.

بدأت الحملة الإعلامية ضد العراق من خلال تعبئة العالم المسيحي الغربي من خلال القرارات التوراتية الدينية، وقد تمكنت هذه الدعوات الخرافية الدينية من اختراق العقل الغربي بحيث أصبحت هذه العقائد المنحرفة مرجعية مقدسة لصناع القرار والنخب الغربية ناهيك عن عامة الناس وقد تم تمرير هذه العقائد المنحرفة من خلال التضليل المبرمج والممنهج، ولذلك تمكنت المؤسسات الإعلامية الأمريكية من إقناع السياسيين والعسكريين من تبني هذه الأفكار التوراتية، وللأسف وجدت البيئة المناسبة بسبب سيطرة الصهيونية على صناعة القرار الإعلامي والصهيوني في الولايات المتحدة الأمريكية إذن الحملة الإعلامية ضد العراق بدأت بعملية تضليل أيديولوجي باستخدام أفكار أصولية للإنجيليين الجدد والذين كان على رأسهم الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش، والملفت للانتباه أن هؤلاء الإنجيليين تمكنوا من القرار الإعلامي والسياسي والعسكري الأمريكي فعلى سبيل المثال فإن من أشهر هؤلاء الإنجيليين الأصولي الإنجيلي «ربات- روبدتسون» المبشر بمعركة هرمجدون الشهيرة التي ستحرر فلسطين وبيت المقدس من المسلمين الأشرار[1]، والملفت للانتباه كذلك أن عدد مشاهدي برنامجه التلفزيوني أكثر من ١٦ مليون

عائلة أمريكية، إضافة إلى كل من جيمي سواغرت الذي يقدم برامج إلى نحو تسع ونصف مليون منزل أمريكي وجيم بيكر والذي يشاهد برامجه نحو ستة ملايين منزل، وجيري فويل والذي يوجه خطابه لنحو ٥,٦ مليون منزل والأخير تربطه علاقة حميمة مع جورش بوش الأب وكذلك ريغان والذين يمكننا أن نسميهم المحافظون الجدد، وكذلك تنين كويلاند والذي يشاهد برامجه نحو ٤,٩ مليون منزل حيث يعترف ويقول «إن الله أقام إسرائيل، إننا نشاهد الله يتحرك من أجل إسرائيل، إنه لوقت رائع أن نبدأ في دعم حكومتنا طالما أنها تدعم إسرائيل، إنه لوقت رائع أن نشعر الله مدى تقديرنا لجذور إبراهيم».

والملفت للانتباه كذلك أن هؤلاء هم المؤمنون بهذه الخرافات ويبلغ عدد الإنجيليين في أمريكا نحو ٤٠٠٠ إنجيلي أصولي وهناك ثلاثة آلاف من التدبيريين وكل هؤلاء يعتقدون أن كارثة نووية فقط يمكن أن تعيد المسيح إلى الأرض، وبالمناسبة فإن خطابهم لا يتم تداوله في السراديب والصالونات المغلقة أو داخل الكنائس بل عبر ١٤٠٠ محطة دينية في أمريكا وتكون طقوسهم الدينية على الشكل التالي:

العلم الأمريكي على اليمين وعلم إسرائيل على اليسار، كما واستخدموا الإذاعات لبث خطابهم حيث تبث أربعمائة إذاعة، ولتستمع إلى الإنجيلي بات روبدتسون ماذا يقول؟

«لن يكون هناك سلام حتى يعود المسيح وأن أي تبشير بالسلام قبل هذه العودة هو هرطقة «تخريف وكفر» إنه ضد كلمة الله وضد المسيح».

وهذا الإنجيلي دعاه الرئيس رولاندريغان لإلقاء كلمة في افتتاح الحزب الجمهوري عام ١٩٨٤ هذا وقد صدر لهؤلاء الإنجيليين كتاب تحت عنوان «آخر أعظم كرة أرضية، فقد بيع منه نحو ١٨ مليون نسخة في العالم ويتحدث الكتاب عن أن القوة الشرقية أي الشيوعية سوف تزيل ثلث العالم عندما تصل الحرب الكبرى إلى هذا المستوى بحيث يكون كل شخص تقريباً قد قتل ستحين ساعة اللحظة العظيمة فينتقد المسيح الأنانية من الفناء الكامل وسيتحول اليهود الذين نجوا من المذبحة إلى

مسيحيين، ولذلك يحاول القساوسة في أمريكا تحت راية هذه الخرافة قائلين: إننا نصلي بالفعل من أجل السلام في القدس، إننا نحترم كثيراً رئيسي حكومتي إسرائيل ومصر، ولكن أنت وأنا نعرف أنه لن يكون هناك سلام حقيقي في الشرق الأوسط إلى أن يأتي يوم يجلس فيه الآلهة على عرش داود في القدس.

هذه العقيدة ترسخت في عقل الرئيس الأمريكي ريغان عام ١٩٨٦، ولذلك حقد على ليبيا وقصفها بالطائرات لأنها ضمن الدول التي تحقد على إسرائيل من وجهة نظره!!!

ماذا فعلت الصهيونية لهؤلاء؟

ضخمت تصريحاتهم القائلة «أن الله يحب أمريكا لأن أمريكا تحب اليهود» إن قدر الأمة يتوقف على هذا الاتجاه الذي يتخذونه من إسرائيل وإن لم يظهر الأمريكيون رغبة حازمة في تزويد إسرائيل بالمال والسلاح فإن أمريكا ستخسر الكثير.

كما وأعلت الصهيونية من قيمتهم واعتبرتهم شخصيات سياسية وإعلامية مرموقة على الساحة الأمريكية بدرجة أن الشخصيات كرونالد- ريغان وبوش الأب يدعمون ويقبلون دعوتهم.

عقيدة التدبيريين

تؤمن هذه الفئة بهدم المسجد الأقصى وبناء الهيكل من منطلق أنه مطلب إلهي منصوص عليه بالتوراة، كما يعتقد مسيحيو الغرب ويهود الشرق والغرب، وينتظر هؤلاء المتعصبون من الإرهابيين اليهود أن يهدموا الأماكن المقدسة كقصف المسجد الأقصى بالطائرات لإثارة العالم الإسلامي ودفعه لشن حرب على إسرائيل مما يحمل المسيح على التدخل، وطبعاً لا يمكن أن يتم ذلك إلا بعد بناء هيكل يهودي ثالث، والآن نحن نعيش اللحظات الصعبة حيث يسعى هؤلاء إلى هدم المسجد الأقصى بشتى الوسائل لإقامة الهيكل المزعوم.

هذه العقيدة يؤمن بها صناع القرار الإعلامي والعسكري والأمني والسياسي

والعسكري.

كل ما سبق ذكره عن عقيدة الإنجيليين والتدبيريين حرضت المحافظين الجدد تحت أوهام دينية لاحتلال العراق للسيطرة على منابع النفط ولتكون العراق هي البداية في المنطقة حرب دينية بهدف اقتصادي وسيطرة على المنطقة.

هذه التعبئة الإعلامية والدينية لاحتلال العراق لحماية إسرائيل من خطر رئيس بابل القديم الجديد أصبحت حاضرة في ذهن صناع القرار.

فكرة احتلال العراق من المسؤول عنها

إن خطة احتلال العراق هي خطة صهيونية جاءت على يد الصهيوني الأمريكي «ريتشاردبيرل» وهو العقل المدبر لاحتلال العراق، رئيس لجنة السياسات الدفاعية بالبتاجون وكان يعمل مستشاراً لرامسفيلد وزير الدفاع الأسبق، وقد وضع خطة احتلال العراق وعرضها على بوش الابن بدعم من المحافظين الجدد[٦] وقد تبنى بوش هذه الخطة بحذافيرها.

الإستراتيجية الأمريكية الإعلامية حيال العراق

انطلقت الحرب الإعلامية والدعائية الأمريكية حيال العراق من خلال أساليب الحرب النفسية قبل بدء العمليات العسكرية في ليلة ١٧ كانون الثاني ١٩٩١.

ولغاية احتلال العراق في ٢٠٠٣/٤/٩ على الشكل التالي:

١- العراق يرتبط بتنظيم القاعدة.

٢- العراق يدعم الإرهاب في فلسطين ومحاربته ضرورة عقدية ودينية وسياسية واقتصادية.

٣- العراق يمتلك ترسانة ضخمة من أسلحة الدمار الشامل والذي سيهدد السلام العالمي وخاصة أمن إسرائيل.

٤- صناع القرار الدولي مارسوا حرباً نفسية على الشعب العراقي: كوفي عنان يقول الحرب ليست خيارات حتمية بينما توني بلير يقول إن بريطانيا مستعدة

للحرب دون الرجوع إلى مجلس الأمن، وحلف الناتو يقول: إن الانقلاب وشيك، هذه حرب نفسية ودعائية مركزة على الشعب العراقي لتحطيم نفسية العراقيين.

٥- العراق يتعرض لحرب مدمرة ستستخدم أمريكيا الأسلحة النووية والجيوش الأمريكية التي ستشارك بالحرب «نصف مليون جندي وحاملات طائرات ستدمر العراق وتعيده إلى العصر الحجري» مباحثات عزيز وجيمس بيكر.

٦- طرح سيناريوهات لهزّ نفسية القيادة العراقية ولإحداث انقسام عراقي داخلي تمهيداً لخلق فوضى في العراق للضغط على الرئيس الراحل صدام حسين ليسلم نفسه أو يطالب باللجوء السياسي وحتى لو خرج صدام فإن أمريكا ستدخل الحرب وتحتل العراق.

٧- الإعلان عن موعد الضربة الأولى للعراق.

وقد توجهت هذه الأفكار على لسان وزير الخارجية الأمريكي الأسبق هنري كسينجر الذي اعتبر أن حماية إسرائيل يبدأ من تدمير العراق أي بابل ولذلك صرح للصحافة بعد دخول القوات الأمريكية العراق قائلاً الطريق إلى القدس إلى أورشليم يبدأ من بغداد.

ولادة الإعلام الفضائي العراقي المقاوم

خلال الصفحات السابقة استعرضنا واقع الإعلام العراقي المقاوم وتوصلنا إلى أنه لم يكن للمقاومة العراقية مؤسسات متفردة إعلامياً وعسكرياً وسياسياً، ومع ذلك خرج من رحم هذه المقاومة فضائيات مقاومة سلطت الضوء على إنجازات المقاومة العراقية وبالتالي فإن الإسلام الفضائي العراقي المقاوم خرج من رحم المقاومة العراقية على ضوء التجربتين الفلسطينية واللبنانية.

ومن أبرز الفضائيات العراقية المقاومة ما يلي:(٧)

أولاً ـ فضائية الزوراء

انطلقت فكرة قناة الزوراء من واقع الاحتلال الأمريكي فمالكها كان

أبرز النواب العراقيين خلال مرحلة فترة الحكم الانتقالي في العراق ولكن عندما اقتنع بالواقع العراقي الجديد بأنه واقع بشع بدأ يتحسر على النظام السابق وأنه كان نظام يدافع عن العراقيين ومن هنا بدأت الأفكار تتراكم في تفكيره لولادة فضائية عراقية مقاومة من منطلق أن العرب كانوا سباقين إلى الإعلام المقاوم وخاصة في عصر انتشار أطباق الفضائيات فوق أسطح المنازل من المحيط إلى الخليج وفي هذا الصدد يقول موقع الزوراء على شبكة الإنترنت إنها الصوت العربي الحر وإنها صوتك أخي المقاوم في عالم أسكتت فيه الصهيونية، صوته بالحديد والنار صوت العدالة.

ميلاد الزوراء: أشرنا إلى أن الزوراء ولدت من رحم الاحتلال الأمريكي للعراق، وأن هذا الاحتلال أشاع بين الناس والشعب العراقي بأنه جاء لنشر الديمقراطية والحرية ليس بالعراق وحده بل في منطقة الشرق الأوسط الكبير أو الجديد لا فرق بينهما وقد أعلنت الولايات المتحدة الأمريكية بأنها ستخلق إعلاماً عراقياً جديداً يختلف عن الإعلام العراقي السابق إبان حكم الرئيس صدام حسين ففتحت الباب على الغارب لإنشاء الصحف والمجلات والفضائيات وقد أشرنا سابقاً أن عدد الصحف العراقية تجاوزت ٧٠ صحيفة ومجلة و ٧٠ فضائية، وهذا الكرم الأمريكي هدفه إقناع العالم بأن العراق بدأ يتغير وأصبح واحة للحرية والديمقراطية، وأن هذا كرم هدفه السماح للقوى الموالية للمحتل ولحلفائها لبث أفكارها وتبرير احتلال العراق والمنطقة تحت مزاعم وأكاذيب حرية التعبير والمساواة والعدل ونشر الديمقراطية، فازدادت الصحف اليومية والأسبوعية الصادرة لتملأ شوارع العراق وضاع الشهيد العراقي في زحمة القنوات الأرضية الفضائية التي كان لمعظمها أجندات غير وطنية أو متوافقة مع الاحتلال، والتي تسللت بأجندتها في عتمة الاجتياح الأمريكي للعراق.

كيف انطلقت قناة الزوراء العراقية؟

انطلقت فكرة قناة الزوراء من عقل عائلة الجبوري العراقية التي رأت الفرصة سانحة للدخول على حقل الإعلام المقاوم وخاصة وأن الإعلام العراقي يشهد فوضى فبدأت القناة بإرسال أرضي من مكتب في بغداد حيث ابتدأت أولاً على

شكل عرض برامج ترفيهية ومسلسلات وبرامج منوعات ثم جرى تحول جذري في إستراتيجية الزوراء وتحولت إلى قناة إعلامية مقاومة بل ومنبر للمقاومة العراقية وتحديداً الجيش الإسلامي وكتائب ثورة العشرين.

المنتج الإعلامي المقاوم في الزوراء

المنتج الإعلامي المقاوم هو منتج لبعض فعاليات المقاومة وخاصة الأعمال البطولية التي ينفذها الجيش الإسلامي وجيش الرافدين وجيش الراشدين وكتائب ثورة العشرين وجيش الفاتحين والحركة الإسلامية لمجاهدي العراق، وقد اشتمل المنتج الإعلامي للزوراء على عرض نماذج ونشاطات للمقاومة العراقية كتدمير همر أمريكي وقصف بعض المواقع للقوات الأمريكية وكيفية تصنيع المتفجرات والعبوات الناسفة إضافة إلى أعطاء صورة إستراتيجية لقناص بغداد المتخصص بقنص الأمريكيين بصورة وثائقية بالفيديو، وفيلم آخر متميز للمشاهد الغربي بعنوان شيفرة الصمت، كما وشنت القناة هجوماً لاذعاً على الحكومة العراقية التي اعتبرتها أنها حكومة غير مشروعة «المنطقة الخضراء»، كما وبثت القناة من خلال الشريط الإخباري رسائل للمشاهدين العراقيين والعرب على مختلف طوائفهم تدعوهم إلى مقاومة الاحتلال ورفض الطائفية ومحاربة المشروع الصفوي الإيراني.

ميزات خطاب الزوراء

امتاز خطاب الزوراء بأنه خطاب انفعالي عفوي يعبر عن طبيعة الحالة التي وصل إليها الشعب العراقي وخاصة بعد الأعمال الوحشية التي ارتكبها المحتل، ومع ذلك فإن المقاومة، وعلى ضوء ذلك قررت الحكومة العراقية إغلاق المحطة ومكتبها في بغداد بسبب قيامها بنشر ثقافة الإرهاب!!! بين أوساط الشعب العراقي إضافة إلى بث ثقافة الكراهية للأمريكيين والصفويين والصهاينة.

هذا وقد اضطرت القناة للانتقال خارج العراق حيث نقلت إدارتها إلى العاصمة السورية لتواصل البث عبر قمر النيل سات المصري ولتصل إلى المشاهد

العربي الذي فوجئ بإنجازات المقاومة العراقية بسبب الحصار الإعلامي الذي تتعرض له القناة، ومع ذلك فقد تعرضت القناة لحصار إعلامي على القمر الصناعي نايل سات منذ شهر ديسمبر ٢٠٠٦ من خلال الضغوط التي مارستها أمريكا عن طريق السفير الأمريكي في القاهرة فتم إغلاقها لكن إدارة النيل سات بررت أن السبب في إغلاقها ليس سياسياً بل لأسباب مالية مستحقة على القناة!!، لكن مدير القناة أجاب على هذه الأكاذيب قائلاً إن إدارة النيل سات تطلب من إدارة القناة تغيير لغة الخطاب الإعلامي للقناة وتغيير إستراتيجيتها وفلسفتها.

لقد قيل الكثير عن قناة الزوراء لكنها ساهمت في إبراز المقاومة العراقية وتسليط الضوء على فعالياتها وأصبح للمقاومة منبر إعلامي يعبر عن هويتها الحقيقية فقد نجحت في هذا المضمار، لكن كان بإمكان القناة أن تتطور تدريجياً وتبتعد عن الأخطاء التي تورطت فيها.

ثانياً ـ قناة الرأي العراقية

أسست هذه القناة زوجة المعارض العراقي الجبوري صاحب فضائية الزوراء وقد صنفتها الولايات المتحدة بأنها قناة إرهابية فقد انطلقت القناة ببث أبرز النشاطات السياسية والإعلامية وكانت أكثر تطوراً من الزوراء ولذلك تمكنت القناة من تلافي الأخطاء التي وقعت فيها الزوراء حيث تنوعت برامجها من نشرات إخبارية وندوات وحوارات وبرامج منوعة عن المقاومة وأناشيد وطنية تعبر عن حب العراق ودعم للروح الوقادة للمقاومة الوطنية العراقية، ونتيجة لخطابها الإعلامي المتميز في دعم المقاوم فقد تعرضت القناة إلى تشويش على قناتها من القمر المصري واتهمت صاحبة القناة «روعى الأسطى» أن مؤسسة ميري الصهيونية هي المحرضة الأولى للقناة للعمل على إغلاقها وإلحاقها بقناة الزوراء.

من جهتها اعتبرت مالكة القناة أن هذه المؤسسة الصهيونية هي التي تمكنت من إصدار قرار من وزارة الدفاع الأمريكية بتجميد أموال وحسابات قناة الرأي، وتجميد حسابات الشيخ حارث الضاري رئيس هيئة علماء المسلمين بالعراق، ويبدو أن سيناريو الزوراء تكرر في قناة الرأي.

ما هو التغير الذي طرأ على قناة الرأي؟

لقد نجحت الرأي في تغيير صورة قناة الرأي عن المقاومة العراقية حيث بدأ التغيير في الخطاب الإعلامي وصورة العاملين بالقناة من خلال مذيعة جريئة ولكن ذو ملامح غربية واستبدال ملابس المذيعين بملابس عصرية بدلاً من الزوراء التي كانت تقدم مذيعها بلباس عسكري وملابس عربية تقليدية.

البرامج التي بثتها القناة جاءت على شكل كليبات عن المقاومة العراقية وخاصة السنية منها، ضمن برنامج يسمى حصاد المقاومة حيث تم عرض همر أمريكي يتم تفجيره وحرقه وكذلك بث مشهد أو مشاهد لقاذفات الصواريخ وهي تنطلق على مواقع عسكرية أمريكية.

وقد نجحت الرأي من خلال إعادة تكرار المشهد الذي أقدم عليه الإعلامي منتظر الزيدي برشق كل من الرئيس الأمريكي جورج بوش ورئيس الوزراء العراقي نوري المالكي بحذائه وقد ازداد عدد مشاهدي القناة لدورها في رفع دعم ثقافة المقاومة.

القناة انحازت إلى التمجيد بمآثر الرئيس صدام حسين ودورها في الدفاع عن العراق وعن العروبة ضد الوجود الصفوي والأمريكي معاً فهو عنوان ورمزية الكفاح والتضحية والفداء وتطالب بإعلان الدفاع والبيعة لمنهج الرئيس الشهيد لطرد الصفويين والصهاينة والأمريكيين من العراق(8).

ثالثاً ـ قناة العربي

بدأ بث قناة العربي التجريبي في نهاية شهر كانون أول ٢٠٠٩ ومنذ ذلك التاريخ شنت أبواق الاحتلال وعملاؤها ومنابر الصفوية والطائفية هجوماً كبيراً على القناة، فقد انطلقت فلسفتها من خلال الخروج من ثوب الكربلائية والبكائية والضعف إلى الانتصار والوقوف خلف المقاومة والعزة خاصة في فشل أمريكي وصهيوني من النيل من المقاومة العراقية الباسلة.

رابعاً ـ قناة صدام حسين

وفاء للمقاومة وللمقاومين وللرئيس صدام حسين في ذكرى استشهاده وثباته

على المصحف والزناد والبندقية وعدم التنازل عن مقاومة المحتل قد انطلقت القناة ببث برامج عن مسيرة الرئيس الشهيد صدام حسين في ٢٠٠٩/١٢/٣٠، أي في ذكرى استشهاده.

خامساً ـ قناة الرافدين

انطلقت قناة الرافدين منذ أن جاء الاحتلال الأمريكي للعراق على ضوء الانفتاح الذي شهده السوق الإعلامي العراقي لكن القناة وضعت لنفسها مكانة متميزة في دعم ثقافة المقاومة ولكن بحذر وعندما شعرت الولايات المتحدة بالتطور الذي لمسته في أداء قناة الرافدين أقدمت على تدمير مبنى القناة ولذلك قررت إدارة القناة نقل مقرها إلى مصر كما ويوجد لها مكتب في الأردن وسوريا ويصدر القناة حزب البعث العربي الاشتراكي العراقي وتمثلها المقاومة الوطنية العراقية المجاهدة.

القناة تقدم برامج إخبارية وتحليلات بالصوت والصورة عن المقاومة كما وتقدم برامج دينية وثقافية ورياضية ويبلغ عدد البرامج التي تقدمها ٢٠ برنامجاً ومن خلال تصفح الموقع الإلكتروني لقناة الرافدين وجدت أن خطابها الإعلامي مركزاً على الرئيس صدام حسين ودوره التاريخي في نهضة العراق ودفاعه عن العراق والأمة العربية فقد اعتبرته القناة سيد المقاومة وشهيدها، كما وجدت أن الرافدين هي منبر لكل الحركات المقاومة التي تقاوم الاحتلال الأمريكي وعلى رأس هذه الحركات كتائب ثورة العشرين، والقناة تقدم الأخبار والتقارير السياسية والتحليلات التي تمجد المقاومة العراقية، وفلسفة هذه القناة تنطلق من الشعار التالي «إن أي أمة تصنع السلام وتملك الإيمان ستنتصر بإذن الله».

هذا وتعتبر قناة الرافدين العدو المشترك للعراقيين هم الأمريكيون وعملاؤهم المحليين.

خطاب قناة الرافدين

من خلال النظر إلى موقع هذه القناة على الشبكة العنكبوتية أو من خلال

مشاهدة برامجها نجد أنها تفاخر الدنيا بسبب تغطيتها لمنازلة أسود العراق الذين هم أسود المقاومة، وتعتبر نفسها بأنها تحملت المسؤولية بالدفاع عن المقاومة العراقية في وسط إعلامي مليء بفيالق ومليشيات إعلامية مشبوهة وتترصد لتمزيق عقل وقلب العراقيين.

إن الرافدين - الموقع والقناة- انطلقت لإرساء مبادئ الإعلام المقاوم لأن هذا الإعلام خرج من رحم العراق وأن فضائيات المقاومة العراقية انطلقت مشروعيتها من مشروعية المقاومة نفسها أي أن المنتج الإعلامي لها تم إنتاجه من قلب المقاومة ومن وجدان الشعب العراقي وأن إنتاجها ومنتجها الإعلامي كان خارج أنابيب المخابرات الأمريكية لذلك فهي ترفض رفضاً قاطعاً مبدأ التبعية وزواج المتعة مع المحتل ولذلك وقفت في وجهه وفي وجه كل العملاء.

ومن هنا فإن قناة الرافدين تقاتل بالكلمة الحرة وبالفكر النير وهي ترفض الاحتلال الأمريكي للعراق وتقاومه على كل الجبهات حيث تجتهد وتجاهد، وقد تمكنت من كشف نوايا الإعلام المأجور وفضيحته وتمكنت من لجم خطابه بالحقائق الصادمة ولذلك تمكنت من اختطاف مصداقية العدو وأذنابه وأزلامه بعد أن تصدرت واجهة الإعلام المقاوم في العراق، ووظفت كل إمكانياتها المتاحة وسطرت برامج تواكب الحدث وتجعلك تعيش الحقيقة والواقع دون أي التباس.

إنجازات شبكة وفضائية الرافدين

حققت قناة الرافدين العراقية إنجازات إعلامية للمقاومة يمكن حصرها فيما يلي:

١. كشف زيف أكذوبة التحرير الأمريكي للعراق.
٢. كشف حقيقة خسائر الاحتلال وذلك من خلال عرضها للعمليات البطولية للفصائل المجاهدة التي تستهدف الاحتلال في كل بقعة من أرض العراق.
٣. نجاحها في تماسك الشعب العراقي عبر البرامج التفاعلية التي يظهر من خلالها أبناء شعب العراق عرباً وأكراداً وسنة وشيعة مسلمين وكذلك العرب المسيحيين ليعبروا عن رفضهم للواقع المظلم بالعراق والحفاظ على وحدة الشعب العراقي التي حاولت أمريكا تفتيتها من خلال المشروع الطائفي الغريب.

٤. مثابرتها في إبراز مواقف القوى العراقية المناهضة للاحتلال وبيان فعالياتها الرافضة للوجود الأجنبي.
٥. تركيزها على إبراز القضايا المصيرية التي تهم العراقيين كقضية تهدد وحدة العراق بالفدرالية تارة وبحقوق الإنسان وموضوع المعتقلين والتذكير المستمر بمعاشاتهم والحالة المعيشية البائسة للمواطن العراقي المبتلى.

تجربة الإعلام العراقي المقاوم في حقل الحرب النفسية

أشرنا فيما سبق أن ثقافة المقاومة العراقية وفعالياتها تكلفت قناة الجزيرة بتنبيهه قبل بروز ظاهرة الإعلام العراقي المقاوم، وكان هذا ما ميز قناة الجزيرة عن الإعلام الرسمي والخاص العربي الذي تخلى عن المقاومة العراقية وتركها وحيدة في الميدان، وكان الأولى من الإعلام العربي ليس تبني ثقافة المقاومة بل يترك للإعلام العراقي المقاوم بنقل رسالته للعالم العربي بحيادية أي يقوم هذا الإعلام بنقل فعاليات المقاومة العراقية وفلسفتها وإستراتيجياتها إلى الجمهور العربي الدولي.

إن المطلوب من الإعلام العربي أن يسعى إلى كسر الجمود الذي تمارسه المؤسسة العربية، وسلامته فإن ما قامت به الجزيرة في إبراز فلسفة المقاومة العربية بشكل عام والمقاومة العراقية خاصة مكنها من شن حرب نفسية مضادة للإعلام الغربي وللإعلام الأمريكي المهيمن عليه من قبل المؤسسة العسكرية الأمريكية.

وقبل أن نستعرض الأسباب الموجبة لدخول الإعلام العراقي المقاوم على جبهة الحرب النفسية علينا أن نعترف ويعترف الإعلام العراقي المقاوم بأن الولايات المتحدة ما زالت تتربع على عرش الترسانة العسكرية والإعلامية العالمية ومن هذا المنطلق فإن الاحتلال الأمريكي وظف كل إمكانياته وطاقاته الإعلامية الضخمة واستخدم كل نفوذه للضغط على وسائل الإعلام لتسير في ركب السياسة الإعلامية الأمريكية تارة بالضغط المادي وتارة باستخدام القوة العسكرية كما جرى لقنوات الجزيرة وأبو ظبي وتارة بإغلاق الفضائيات العراقية المقاومة كما جرى مع قناة الزوراء والرافدين.

والأدهى من ذلك فإن الاحتلال الأمريكي للعراق سعى إلى تشويه صورة المقاومة والمقاومين معاً من خلال خطاب إعلامي دعائي تضليلي يعتمد على الكذب والدجل أو تزييف الحقائق بل إن الإعلام الأمريكي سعى جاهداً لصناعة جملة من المصطلحات التي تشوه صورة المقاومة وقد التصقت هذه المصطلحات في أذهان معظم المؤسسات الإعلامية بل إن بعض الإعلاميين يرددون هذه المصطلحات ببغاوية مفرطة وعلى سبيل المثال «الإرهاب، المقاتلين الأجانب، التحرير، الديمقراطية، الفوضى الخلاقة، العنف الطائفي، العملية السياسية» بل إن الماكنة الإعلامية الأمريكية استخدمت ووظفت المصطلحات ذات الصيغة المزدوجة التي تتمكن من تحقيق التضليل والتشويه الإعلامي كما وتسلل إلى ذهن المشاهد والمستمع سلسلة من المصطلحات المزدوجة وأبرزها «التحرير بدلاً من الاحتلال، الإرهاب بدلاً من المقاومة، التطهير العرقي بدلاً من الإبادة الجماعية، الإسناد الجوي بدلاً من القصف، الضرر غير المباشر بدلاً من قتل الأبرياء».

وقد استشهدت السياسة الإعلامية الأمريكية في مجال الحرب النفسية في تشويه صورة المقاومة تارة والتضييق تارة أخرى من خلال ما يلي:

١- التضييق الإعلامي ومحاصرتها بشتى الوسائل تحت أكذوبة مفضوحة من منطلق أن الإعلام العراقي المقاوم يقف في وجه الحرية وسنسلط الضوء على الهمجية السياسية الأمريكية على الإعلام العربي المقاوم برمته على جانبين:

الأول- القرار الذي اتخذه الكونغرس الأمريكي باعتبار فضائيات الأقصى والمنار والرافدين والزوراء والرأي تحولت إلى فضائيات تصدر الإرهاب وتساهم في زيادة حجم الكراهية ضد أمريكا والأمريكيين معاً.

الثاني- عن طريق الضغط على الأنظمة العربية الرسمية بمراقبة الفضاء العربي للضغط على قناتي الجزيرة والمنار.

٢- إن الجماعات التي تغذي ثقافة المقاومة العراقية هي جماعات إرهابية استبدادية قمعية وبالأحرى فقد خاطب الإعلام الأمريكي والغربي الرأي العام العالمي على أن هذه الجماعات هي دينية أصولية متطرفة تريد إرجاع حداثة العراق بعد الاحتلال إلى العصور الوسطى.

٣- إن هذه المقاومة وخاصة الدينية منها هي حركات منعزلة عن العالم وخارجة على التاريخ وتقف في وجه الشرعية الدولية وأنها جماعات إرهابية تستهدف قتل المدنيين بالتفجير والذبح والعنف الطائفي وتعادي الديمقراطية وحقوق الإنسان، وقد اتهمت أمريكا كل حركات المقاومة بأنها حركات إرهابية من فلسطين إلى أفغانستان إلى العراق ولبنان..

ما هو المطلوب من الإعلام العراقي المقاوم القيام به؟

المطلوب من الإعلام العراقي المقاوم أن يشن حرباً إعلامية نفسية مضادة ليدحض أكاذيب أمريكا من جهة وأن يسلط الضوء على الإستراتيجية الأمريكية في عدائها للعراق والإستراتيجية الصهيونية لاحقاً وسبق أن تحدثنا عن الإستراتيجية الصهيونية سابقاً.

إن المسؤولية كبيرة على الإعلام العراقي المقاوم فهو يحتاج إلى جهود مضنية من قبل الإعلاميين العرب والمسلمين ومحبي الإنسانية، وأن تنطلق إستراتيجية الحرب النفسية للأمريكيين وفق آليات وخطط مبنية على أسس علمية من خلال العمل على اختراق الجمهور الأمريكي والأهم من ذلك الرسالة الإعلامية التي سيكون لها الدور الكبير في تغيير اتجاهات الرأي العام وذلك من خلال اللجوء إلى استخدام الوسيلة الإعلامية ذات المصداقية العالية وذات الشعبية الكبيرة، ومن هذا المنطلق فإن فصائل المقاومة العراقية ومجاميعها وإعلامها عليها أن تبدأ بإنشاء مراكز إعلامية متخصصة لبث روح المقاومة وفضح الخطاب الإعلامي الأمريكي من خلال الاستعانة بالصحافيين والإعلاميين المحترفين وأساتذة الجامعات والاستعانة بالخبرات العالية من المحللين السياسيين والعسكريين، على أن تقوم هذه المراكز الإعلامية بما يلي:

١. الاستعانة بالخبرات الإعلامية والخبراء الإعلاميين الذين يستطيعون مجاراة العمل الإعلامي والدعائي المحتل وأعوانه والرد على الشائعات التي يروج لها بهدف النيل من أعمال المقاومة، وعلى هؤلاء الخبراء أن يضعوا الخطط المؤقتة على الساحتين العربية والدولية.

٢. تحديد المنطلقات الدعائية التي يستند إليها المخطط الدعائي للاحتلال وأعوانه والأهم من ذلك بناء الخطط الإعلامية الدعائية وفق آلية مدروسة تهدف إلى تفنيد ادعاءاته وعرض الحقائق التي تحاول طمسها والالتفاف عليها، وذلك من خلال تحليل الخطاب الإعلامي للدولة المحتلة أو من تنوب عنه وخاصة الخطاب المتعلق بالجانب الأمني والخدمي والتي أصبحت من وسائل الضغط على وسائل الإعلام لكي تتبنى مواقف الاحتلال وأعوانه وإلا عوقبت بالحرمان من الإعلانات، وكذلك من خلال تحليل البيانات التي تصدر عن قوات الاحتلال والحكومة المتعاونة معه وأيضاً تحليل اللقاءات الإعلامية مع رموز المحتل وأعوانه والتي تنشرها وسائل الإعلام.

الأسس والمنطلقات التي انطلق منها الإعلام الغربي وإعلام الدولة المحتلة وأعوانها في العراق

١. إن الحكومة العراقية هي حكومة وطنية منتخبة من الشعب وهي تمثل جميع أطياف الشعب العراقي، وأنها سوف تنقذ العراق إلى بر الأمان والاستقرار والازدهار الاقتصادي، وأن العائق الوحيد الذي يحول دون ذلك هم المسلحون الذين يعارضون العملية السياسية.

٢. إن الماكنة الإعلامية للاحتلال وأعوانه تشن حرباً نفسية مركزه وتؤكد أن من يقومون بالعمليات المسلحة هم فريقان أولهما بقايا النظام السابق الذين يريدون إرجاع العراق إلى الحكم الدكتاتوري المستبد الذين لا يروق لهم أن يروا عراقاً ديمقراطياً تنتخب حكومته من الشعب. وثانيهما المقاتلين العرب الذين قدموا من الخارج أي جاءوا من المحيطات والبحار وهم ويريدون تصفية حسابات مع أميركا على أرض العراق دون الاكتراث بالويلات التي لحقت بالشعب العراقي جراء هذا الصراع!!!.

٣. إن المقاومة العراقية ومجاميعها المسلحة بدأت تنهار بسبب الانقسامات ما بين قياداتها، أو أن معظم أفرادها تم تصفيتهم على يد الأمريكيين وقوات الأمن

العراقية أو تم اعتقال الباقي منهم وزجهم في السجون، وأن مسألة الخلاص من هؤلاء مسألة وقت.

٤. إن وجود القوات المتعددة الجنسيات في العراق يأتي ضمن الحفاظ على أرواح العراقيين وممتلكاتهم والحفاظ على الأنموذج الديمقراطي، وأنها جاءت لحماية الديمقراطية وتخليص البلاد من الاستبداد والديكتاتورية، وأن هذه القوات هدفها القضاء على ظاهرة الإرهاب في العراق وتخليص العراقيين من الإرهابيين الذين يريدون أن تبقى العراق ساحة قتل واغتيال!!.

٥. إطلاق الصفات السلبية على المجاميع المسلحة المقاومة واختزالها في مسميات مستقرة لدى الرأي العام المحلي والعالمي مثل «الصداميون، التفكيريون»، وبالتالي فكل هؤلاء إرهابيون ولديهم أهداف لا تلتقي مع أهداف العراقيين وعلى الجميع محاربتهم!!.

٦. إن الحرب الأهلية في العراق سببها وجود المقاومة المسلحة وفصائلها، وأن هذه الفصائل هدفها إشعال حرب أهلية في العراق ستحرق الأخضر واليابس، ألم تحرق أمريكا الأخضر واليابس!!.

٧. إن المدنيين المتواجدين في العراق يتعرضون للقتل بالخطأ من القوات الأمريكية لأن الجيش الأمريكي والعراقي هدفهم تصفية الإرهابيين «المقاومة» وأن هؤلاء المدنيين موجودون ضمن مناطق الأعمال التي تخوضها الحكومة العراقية والجيش الأمريكي فهم أسرى بيد المقاومة وأن المجموعات المسلحة «المقاومة» تسيطر على هؤلاء المدنيين وأن حياتهم في خطر، كما أن مجاميع المقاومة «الإرهاب» تختبئ بالمدن وأن ما تقوم به قوات الاحتلال من قصف المدن هدفه تحرير هذه المدن!!.

٨. إن الأعمال الوحشية التي تجري بالعراق سواء من تفجيرات الكنائس أو الحسينيات مسؤول عنها المقاومة والجماعات التكفيرية!!.

٩. إن المجاميع الإرهابية «المقاومة» ترتبط بأجهزة مخابرات أجنبية لها أجندات تريد تحقيقها على أرض العراق وهم لا يكترثون بشعب العراق واستقرار أمنه ووحدة أراضيه.

١٠. الادعاء بأن مجاميع المقاومة العراقية «الإرهاب» ليس لديها رؤية سياسية واضحة لمستقبل العراق وليس لديهم برنامج سياسي وهم لا يستطيعون قيادته، والهدف من أعمالهم العسكرية إحداث فوضى للحيلولة دون استقرار العراق!!.

وبعد أن تحدثنا عن أهم أسس الحرب النفسية للإعلام الأمريكي وأعوانه في العراق، ما هو دور الإعلام العراقي المقاوم في الحرب الإعلامية المضادة ومجابهتها، إن المطلوب من الإعلام العراقي المقاوم القيام به هو كما يلي:

١- إن الحكومة العراقية الحالية هي حكومة غير شرعية لأنها ولدت في مختبرات «CIA» وأن العدو الأمريكي هو الأب الشرعي لها، وهو من قام بتصيبها تحت التهديد والوعيد، وأن الانتخابات مزورة وأن هذه الحكومة العملية تسعى إلى إخفاء الشرعية على مشروعية الاحتلال من خلال بناء أنموذج لدولة موالية ليكون العراق نموذجاً لكوريا الجنوبية ولتكون منطلقاً للسيطرة على مناطق الشرق الأوسط.

٢- إن المقاومة العراقية هي مقاومة مشروعة دينياً وإنسانياً وأخلاقياً وأن مواثيق حقوق الإنسان أقرت بشرعية المقاومة للمحتل، وأن هذه المقاومة لن تتوقف إلا بكنس الاحتلال وخروجه من كامل التراب الوطني العراقي، وأن الحكومة مجرد مرتزقة للأمريكيين وللإيرانيين معاً، وأن شكل الحكومة الوطنية يقررها العراقيون وحدهم.

٣- الإعلاء من شأن المقاومة وإبراز إنجازاتها وخاصة أنها تمكنت من تعطيل مشروع الشرق الأوسط الكبير، وأنها أفشلت احتلال سوريا ومصر والسعودية، وأن المقاومة العراقية هي رأس الحربة ضد مشاريع التقسيم للمنطقة.

٤- التأكيد على أن هدف الأمريكيين هو تحقيق الأهداف الصهيونية في المنطقة والمتمثلة في إمعان قتل العرب والمسلمين وتفتيت وحدتهم ومصادرة ثرواتهم وتدمير القوة العربية الأقوى في المنطقة لتبقى إسرائيل دولة مهيمنة في الإقليم، وأن المقاومة نجحت في إفشال هذا المخطط.

٥- إبراز الموقف المقاوم الحقيقي من الدخلاء، فأي عمل ينافي إستراتيجيات المقاومة، فالمقاومة بريئة منه، وأي عمل يحاول تشويه المقاومة أو أي عمل مشبوه يحسب على المقاومة فعلى الإعلام المقاوم أن ينفيه وينسبه إلى هؤلاء الصليبيين الجدد والصهاينة الجدد والصفويين الجدد والعملاء والخونة الذين التقت مصالحهم على تقسيم وتفتيت العراق، إن على الإعلام العراقي المقاوم أن يشير إلى كل جهة من هذه الجهات التي أشرنا إليها، فأينما يأتي ذكر الأمريكيين المحتلين نقول: الصليبيون الجدد والصهاينة الجدد، وحينما يذكر الإعلام المقاوم الصفويين فإنه يقصد الإيرانيين الفرس وليس الشيعة الإيمانيين، أما العملاء والخونة فهم الذين يحكمون داخل المنطقة الخضراء، هدفهم هو تحقيق مصالح شخصية وقروية.

٦- التأكيد على أن هدف المقاومة هو طرد المحتل وأعوانه ليتسنى للعراقيين أن يساهموا في بناء وطنهم وأن المحتل هو المسؤول عن إشعال الحرب الطائفية في العراق وهو المسؤول عن التهجير القسري للعراقيين إلى خارج العراق والذي تجاوز عددهم ٥ ملايين عراقي.

٧- التأكيد على عمق العلاقة ما بين الشعب العراقي والمقاومة وأن الشعب هو الذي يمول ويدعم المقاومة بالمال والسلاح والمعلومات، وأن أفراد وقيادات المقاومة هم من أبنا الشعب العراقي، ولا مكان للعملاء في العراق.

٨- التأكيد على أن المقاومة تنفذ عملياتها مستهدفة قوات الاحتلال الأمريكي وأنها لم تتورط في اغتيال المدنيين أو ذبحهم، وأن الأعمال المشبوهة من قتل وذبح وأسر مسؤول عنها المحتل وأذنابه،

٩- التأكيد على أن المقاومة العراقية هي مقاومة وطنية وأنها لا ترتبط لا من قريب ولا من بعيد بالأجنبي، وأن أفرادها عراقيون وعرب، وأن المقاومة ينخرط فيها كل طوائف الشعب العراقي فهي ليست سنية ولا شيعية ولا كردية بل هي مقاومة وطنية انطلقت من البصرة جنوباً إلى الموصل شمالاً.

١٠- الأهم من ذلك على المخطط الإعلامي لإعلام المقاومة أن يسلط الضوء على

الإستراتيجية الأمريكية والصهيونية والإيرانية، وأن يقوم بتحليلها وإيصالها للعراقيين وللعرب وللمسلمين حتى يقتنع العرب أن المقاومة العراقية تقاتل عن الشعب العراقي وتدافع عن البوابة الشرقية للوطن العربي وهي تتحمل مسؤوليات جسام، من جهة أخرى علينا أن ندحض كل أكاذيب الإعلام الغربي وأن الهدف من احتلال العراق هو تنفيذ الإستراتيجيات الإمبريالية، وعلى الإعلام العراقي المقاوم أن يستحضر محضر الاجتماع الذي جرى ما بين وزير الخارجية الأمريكي السابق جيمس بيكر وطارق عزيز وزير الخارجية العراقي السابق بان أمريكا ستعيد العراق إلى العصر الحجري بل على الإعلام المقاوم أن يضخم هذا التصريح حتى يتأكد العراقيون أن الأهداف الأمريكية القذرة في العراق هدفها تخريب العراق تم بأيدٍ أمريكية وصفوية وصهيونية وعربية.

الإستراتيجية الأمريكية

منذ أن ظهرت الولايات المتحدة الأمريكية كعقدة رئيسة وفاعلة في المنطقة أي منذ بواكير ما قبل الحرب العالمية الثانية، وهذه القوة لعبت دوراً مهماً في الأمن والسلام الدوليين فقد امتازت سياستها الخارجية مع منطقتنا العربية ضمن فترتين تاريخيتين حاسمتين هما:

١- فمنذ الحرب العالمية الثانية كانت تتعامل الولايات المتحدة مع الكيانات العربية بأسلوب المراوغة والمهادنة والقرصنة السياسية، واستمرت هذه السياسة إلى نهاية ما يسمى بحقبة الحرب الباردة والتي توجت بتفكيك الاتحاد السوفياتي وسقوطه لاحقاً وولادة النظام العالمي الجديد تحت ضغط العصا الأمريكية، فالمراقب السياسي والإعلامي يعتقد أن كل الأزمات الدولية التي عشناها خلال تلك الفترة جاءت بسبب السياسة الأمريكية الرعناء والتي امتازت بمزيد من الآلام والمصائب التي حلت بالمنطقة والأمة العربية وخاصة القضية الفلسطينية والتي هي بالأصل أم القضايا وهي لب الصراع الحقيقي بالمنطقة

وعليه فقط رهنت الولايات المتحدة سياستها الخارجية في المنطقة العربية لتحقيق هدفين إستراتيجيين:

١. حماية أمن إسرائيل حماية مباشرة وتحويل هذا الكيان إلى حاملة طائرات أمريكية متحركة تضرب به من تشاء.

٢. منع قيام أي قوة من الاقتراب من منابع النفط.

إن الموقف الأمريكي من الصراع العربي الإسرائيلي امتاز بانحياز الولايات المتحدة الأمريكية إلى السياسة الإسرائيلية بالرغم من السياسات الأمريكية في المنطقة أنها لم تتعرض إلى أية مواجهة حقيقية في المنطقة والسبب في ذلك أن الولايات المتحدة وجدت أن النفط الذي يمتلك العرب أكبر مخزون إستراتيجي منه في العالم يتم شراؤه بثمن بخس بل من الأجدر أن نقول أن أميركا سلبت نفط العرب بأبخس الأثمان لسنوات وعقود طويلة، كما وساهمت في اللعب بمصير الشعوب العربية بشكل مخز وماثل للعيان تارة من خلال دعم أنظمة سياسية لا تمتلك بثقة شعوبها، وتارة بالدفاع عن أنظمة فقدت مشروعيتها السياسية وفقدت ثقة شعوبها، وساهمت أمريكا بقدر أكبر وبأسلوب مباشر بقلب وتغيير أنظمة تحالفت معها فترة وانقلبت عليها تارة أخرى، والأهم من كل الذي ذكر فإن الولايات المتحدة كانت وما زالت تنظر إلى هذه الكيانات بأنها مجرد مزارع وعزب بالمطلق لكل عسكرييها وشركاتها الجشعة فهي التي تنهب خيرات المنطقة العربية بكل الوسائل الممكنة.

لكن السياسة الأمريكية بعد سقوط وتفكك الاتحاد السوفياتي وبروز الولايات المتحدة الأمريكي كلاعب رئيس ووحيد وهي التي تقود القرار الدولي، وبعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ تغيرت آليات السياسة الأمريكية من الدبلوماسية التحليلية إلى اللجوء إلى السياسة المتوحشة والمتغطرسة بالمنطقة، فقد توجت ذلك من خلال احتلال أفغانستان والعراق وبأسلوب همجي متوحش يعبر عن عقلية إمبريالية حقيقية لتحقيق حلم إمبراطورية أمريكية جديدة تسيطر على كل مرافق الشرق الأوسط.

إن السياسة العدوانية الأمريكية الجديدة جاءت تحت مسميات حقوق الإنسان وتدمير أسلحة الدمار الشامل وحماية المصالح الحيوية للولايات المتحدة من وصول الحركات الأصولية الإسلامية إلى مراكز الحكم والدولة فقد شاهد كل البشر نزاهة الديمقراطية الأمريكية الجديدة في العراق وأفغانستان فقد شاهدنا بأم أعيننا سياسة تقطيع الرؤوس وثقب الجماجم وها هي الديمقراطية الأمريكية الجديدة.

حقاً إن السياسة الأمريكية ما بعد أحداث ١١ سبتمبر كشفت عن زيفها وبرهنت على أن مقاومة المشروع الأمريكي هو رد فعل حقيقي للدفاع عن حقوق البشرية والإنسانية جمعاء، إن الولايات المتحدة بسياستها العدوانية تجاه العرب هي الحقيقة التي يجب أن نفهمها جيداً وعلينا مقاومتها لا أن نتعامل معها.

إن الاحتلال الأمريكي للعراق هو احتلال إمبريالي بكل ما تعني الكلمة من معاني وهو احتلال شامل للأرض والإنسان العربي استخدمت فيه أمريكا كل أدوات التجريف والدمار والتهميش للإنسان العربي .

الإستراتيجية الأمريكية حيال العراق

أشرنا في السابق أن الإستراتيجية الأمريكية خلال مرحلة ما قبل تفكك الاتحاد السوفياتي وأحداث ١١ سبتمبر انطلقت من محورين أولهما حماية المصالح الأمريكية والغربية «من إسرائيل» من منطلق أن إسرائيل هي الحارس الأمين على المصالح الغربية في منطقة الشرق الأوسط بل إن أمريكا تعتبر إسرائيل كلب حراسة لمصالحها الحيوية، وثانيهما حماية منابع النفط والحيلولة دون وصول النفوذ الشيوعي إلى المنطقة والسعي لمحاصرته وتفكيكه.

وهذه الإستراتيجية تغيرت وخاصة بعد اختفاء الاتحاد السوفياتي بعد عملية تفكيكه إلى دويلات حيث انخرط معظمها في الحضن الأمريكي وتبنت أمريكا فيما بعد إستراتيجية جديدة تمثلت بإعلان احتلال منابع النفط تحت مبررات واهية أولهما نشر الديمقراطية وإسقاط النظم العربية الشمولية فكان التدخل الأمريكي السافر في العراق والخليج تحت مزاعم باطلة "تحرير الكويت من العراق" كخطوة أولى إلى أن تبدأ المرحلة

الثانية من تنفيذ الإستراتيجية الأمريكية وبالمناسبة فإن الأطماع الأمريكية في العراق انطلقت منذ السبعينات من القرن الماضي بسبب تأميم النفط العراقي من قبل الحكومة الوطنية العراقية ومن هنا فإن احتلال العراق هو امتداد للأطماع البريطانية خلال منتصف القرن الماضي وفي أواخره بمبادرة بريطانية لمواجهة تبعات الأزمة المالية العالمية التي عصفت بالاقتصاديات الرأسمالية والتي بدأت بالظهور في منتصف الثمانينات من القرن الماضي، ومن هنا فإن احتلال العراق للكويت أعطى مبررات للأمريكيين باحتلال العراق ولتحقيق حلم التحالف اليميني الصهيوني الذي انطلق من أن وجود دولة عراقية قوية يعني تهديد لأمن إسرائيل والمصالح الأمريكية بل أننا نعتبر احتلال العراق كان جزءاً من الإستراتيجية الأمريكية للسيطرة على العالم، وذلك لأن العراق يشكل حاجزاً أمام الولايات المتحدة للسيطرة على المنطقة والعالم بسبب الثروات الهائلة النفطية، ومن هنا بدأ العقل الأمريكي يبحث عن المعلومات السياسية والثقافية إلى أن جاءت الفرصة السانحة، وفعلاً جاء وقت تنفيذ أجندات الإستراتيجية الأمريكية فقد أقدمت جهات غير معروفة ولغاية الآن وكل الأصابع تشير إلى ضلوع الموساد الإسرائيلي في هذه العملية المرتقبة حيث كانت تفجيرات ١١ سبتمبر حيث حاولت الولايات المتحدة اتهام العراق فيها ثم بدلت روايتها برواية قذرة وهو وجود ارتباط ما بين القاعدة وصدام حسين لتوريط العراق بتحمل نتائج تفجيرات ١١ سبتمبر، وأن هذا الربط هو تحميل العراق مسؤولية ما جرى في نيويورك وواشنطن، وأن هذه الحجة الواهية تم تأجيلها فقررت الولايات المتحدة احتلال أفغانستان تحت حجج واهية للانتقام من تنظيم القاعدة ومحاربة الإسلام الإرهابي الذي تحالفت معه في حرب الوجود السوفياتي في أفغانستان وقد تمكنت أمريكا من احتلال أفغانستان لكنها فشلت لغاية الآن في إحكام السيطرة عليه ثم جاءت الولايات المتحدة لاحتلال العراق وتنفيذ الإستراتيجية الأمريكية أي تنفيذ جدول أعمالها، والسؤال الذي يطرح نفسه لماذا العراق الآن ولماذا العراق أولاً، جاءت أمريكا للعراق للأسباب التالية:

١. الانتقال بسرعة لضرب وإخضاع دول في المنطقة العربية والشرق أوسطية والتي يعتبرها المحافظون الجدد بؤراً تشكل العوائق في تحقيق مشروع الشرق الأوسط الكبير الذي ستذوب فيه الهوية العربية.

٢. الانتقال عبر بوابة العراق المليئة بالموارد المالية والنفطية والاقتصادية والطاقة وخاصة وأن احتلال العراق يعني السيطرة واحتلال منابع النفط في المنطقة العربية وبالمناسبة فإن المنطقة العربية تشكل ٨٥٪ من إنتاج النفط العالمي مما يسهل احتواء دول مثل روسيا والصين للسيطرة على العالم بسهولة.

كيف الوصول لتحقيق هذه الإستراتيجية؟

إن الإستراتيجية الأمريكية أجابت على هذا السؤال من خلال فعل ما يلي:

١. نزع ألغام الهوية القومية والوطنية والعقدية التي تعترض طريق العبور المؤدية إلى هذه الغاية أي على أمريكا مسح- الثقافة التي تعتز بافتخار العربي وبالإسلام والتراث الإسلامي- من ذاكرة الإنسان العرابي والمسلم والعمل على تذويب القومية العربية في محيط الشرق الأوسط الكبير بكل ما يحمله من تناقضات ثقافية وعرقية وتراثية ولغوية، ثم تذويب هذا النظام الإقليمي ومعظمه عربي وإسلامي في نظام عالمي في التحالف المسيحي الصهيوني المبشر بسطوع نور المسيح على أرض هرمجدون.

ومن هنا فإن الإعلام الأمريكي مارس عملية خداع منظم لاحتلال العراق تحت أكذوبة تحرير العراق ونشر الديمقراطية ومكافحة الإرهاب وتدمير أسلحة الدمار الشامل وهذه الأكاذيب الأمريكية ظهرت على حقيقتها فقد تحول العراق إلى غابة من القتل والتوحش والفوضى العارمة وليس واحة للحرية والديمقراطية ثم أن الاحتلال الأمريكي لم يتمكن من تثبيت أكذوبته بأن سبب الاحتلال هو تدمير أسلحة الدمار الشامل، للمقاومة العراقية والإعلام العراقي المقاوم في مواجهة الوجود الأمريكي في المنطقة، وبالفعل فقد تمكنت المقاومة العراقية أن تربك الإستراتيجية الأمريكية وتفشل مسارها، ومن هنا فإن على الإعلام العراقي المقاوم أن يسلط الضوء على هذه الإستراتيجية ويكشف أكاذيبها ومزاعمها لإقناع ما تبقى من الأغبياء والعملاء من أن أمريكا جاءت لتحرير العراق وتسليم السلطة للعراقيين!!! وما الاتفاقية الأمريكية الأمنية مع عملاء العراق في المنطقة الخضراء ما كانت تأتي إلا بعد أن توصلت أمريكا بضرورة الانسحاب من العراق بفعل المقاومة.

هوامش الفصل الثامن

(١) الإعلام المنسق وهيمنة القوة، د. صباح ياسين مركز دراسات الوحدة العربية، ص ٩٤.

(٢) ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مجموعة من الباحثين، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ١٨.

(٣)ص ١٠٢ — ١٠٤.

(٤) موقع وكالة حق الأخبار على شبكة الإنترنت.

(٥) مرجع سابق.

(٦) تقرير لجنة الأزمات الدولية حول المقاومة العراقية والمنشور على شبكة الإنترنت.

(٧) موقف الملتقى العربي الدولي للمقاومة.

(٨) مرجع سابق.

الفصل التاسع

الإعلام العربي شبه المقاوم

الفضائيات العربية ودورها في تغطية أحداث المقاومة العربية

دخل الإعلام العربي الفضائي على خط الحرب منذ ليلة السابع عشر من كانون ثاني ١٩٩١ أي ليلة الهجوم الأمريكي والأطلسي على العراق، ومنذ تلك الليلة دخل العالم حقبة من حقبات الإعلام الفضائي لم تشهده البشرية منذ قبل حيث تابع العالم مجريات الحرب من خلال ما تبثه محطة CNN الإخبارية الأمريكية، والتي تمكنت من تشكيل الرأي العام العالمي حيث شاهد نصف مليار من البشر يمثلون ١٠٥ دولة عربية القصف المركز للعاصمة العراقية وشاهد بأم عينه المذبحة الأمريكية للشعب العراقي، ومنذ ذلك التاريخ فاق الناس من هول الصدمة الأمريكية الإعلامية التي أحدثتها الحرب الإعلامية الأمريكية وخلقت فوهة كبيرة، حتى تتابعت الأحداث بصورة دراميتيكية في أماكن أخرى من العالم حتى أصبح الإعلام هو أهم الأسلحة في الحروب المعارك، وهو الذي يعلن الضربة قبل أن تبدأ المعارك العسكرية، ومن هنا ظهرت ظاهرة الفضائيات الإعلامية وتلاها الإنترنت.

دخل الإعلام مرة أخرى إلى حلبة المواجهة حيث أكبر حدث تاريخي بعد نهاية الألفية الثانية والمتمثل في أحداث ١١ سبتمبر، وخلال الصفحات القادمة سنتحدث عن أبرز القنوات العربية التي لعبت دوراً في تحريك اتجاهات الرأي العام العربي والعالمي وفي مسار الأحداث التي جاءت بعد ١١ سبتمبر.

متى بدأت الظاهرة الإعلامية العربية للفضائيات

من خلال النظر إلى الخارطة الإعلامية العربية نجد أن الساحة العربية امتلأت بالفضائيات الإعلامية وأولى الفضائيات التي ظهرت في الفضاء العربي محطة «MBC» والتي أنشئت بعد أحداث حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١ وبالتحديد في سبتمبر ١٩٩١، وقد انتشرت هذه الفضائية بسبب الساحة العربية التي كانت تخلو من المنافسة في هذا المجال، و محطة «MBC» هي محطة ترفيهية وإخبارية تقدم

برامج ومسلسلات اجتماعية بالدرجة الأولى ولديها أكثر من محطة، واحدة باللغة العربية، وثلاث محطات لبث الأفلام الغربية وخاصة الأمريكية، ثم جاءت محطة «A.R.T» وهي محطة تقدم برامج ترفيهية وموسيقية، كما وتقدم برامج للرياضة والأطفال والمنوعات الموسيقية والأفلام، ويوجد لها ثلاث قنوات موجهة لأفريقيا وأوروبا وأمريكا ولعل ما يثير الدهشة أن هاتين المحطتين تبثان برامجها من لندن وهاتان المحطتان يملكها القطاع الخاص وبرؤوس أموال عربية، ثم جاءت محطة دبي، ومصر، لبنان، والسودان والمغرب وسوريا وتونس وليبيا وموريتانيا والأردن والعراق لاحقاً، ثم برزت قناة الجزيرة خلال عام ١٩٩٦ وقناة الإمارات العربية عام ١٩٩٧، ثم القمر الصناعي المصري «النيل سات» والذي بدأ البث عليه ثماني قنوات تعليمية مشفرة وأخرى للدراما والموسيقى والرياضة، وهناك قناة النيل المصرية الناطقة باللغة الإنجليزية، ثم جاءت قناة الأوربت المشفرة والتي تقدم أكثر من تسعة برامج للمنوعات والأفلام والرياضة والموسيقى والأزياء وغيرها، ثم ظهرت القنوات الدينية وأول قناة ظهرت المجد، كما وظهرت القنوات الفنية التي ملأت الفضاء الإعلامي كقنوات روتانا وشقيقاتها.. وأخيراً ظهرت قناة المنار عام ٢٠٠٠[1].

ومن جهة أخرى وبعد عام ٢٠٠٣ ظهرت بالعراق أكثر من ٢٠٠ قناة وبذلك يمكننا القول أن ظاهرة الإعلام الفضائي العربي تشير إلى وجود حالة إعلامية كبيرة جداً لكنها كغثاء السيل لا يهمنا عدد الفضائيات، والمهم أن هذه الفضائيات التي تبث باللغة العربية نحو مئة قناة، ١١ قناة تبث باللغة الفرنسية والأخرى تبث بالهندية والفارسية والإسبانية وعلى سبيل المثال لا الحصر فقناة النيل الدولية المصرية تبث باللغات الإنجليزية والفرنسية والعبرية، ومن الجدير بالذكر أن معظم الفضائيات العربية تعتمد على إنتاجها المحلي بنسبة ٣٠٪ ومعظمها يصل إلى ١٠٠٪ من البرامج التي تبث على قنواتها، أما بالنسبة للإنتاج المستورد فتراوح نسبتها ما بين ١٪ و ٦٠٪ من جملة البرامج التي تستوردها هذه القنوات[2].

ميزات الخطاب الإعلامي الفضائي العربي

معظم الفضائيات العربية انتهجت سياسات إعلامية تشبه السياسة الإعلامية الأرضية أو قد تتطابق معها ومع ذلك فإن الخطاب الإعلامي لهذه الفضائيات امتاز بما يلي[3]:

١. إن معظم القنوات الفضائية العربية تنتهج سياسة تجميل صورة السلطة العربية الحاكمة على حساب القضايا العربية الفاعلة والساخنة كالفقر والجهل والبطالة وغياب الديمقراطية والتخلف والمديونية والاستبداد.

٢. معظم المنتج الإعلامي لهذه القنوات هو إنتاج مستورد رديء معلب من الغرب وخاصة الأفلام والمسلسلات الدرامية الإخبارية.

٣. معظم هذه القنوات تهدف إلى إلهاء المواطن العربي وتحقيق الربحية على حساب القضايا المصيرية.

٤. غياب الهوية الإعلامية لمعظم هذه القنوات والفضائيات إلا ما ندر.

٥. الخلط ما بين القنوات الأرضية والفضائية فكل ما يقدم يمتاز ببساطة وسذاجة أي أنه تم إحلال الأرضي مكان الفضائي لا أكثر ولا أقل.

ومن ناحية أخرى وبعد الاطلاع على الدراسات والمشاهدات للتقارير العلمية الإعلامية وجدت أن قناة الجزيرة أصبحت تملك دفة قيادة الرأي العام العربي والعالمي معاً ووصلت إلى درجة العالمية ولذلك سيكون حديثنا منصباً على هذه القناة ودورها في دعم ثقافة المقاومة.

قناة الجزيرة ودورها

نشأة قناة الجزيرة: انطلقت قناة الجزيرة عام ١٩٩٦ وقد اتخذت لنفسها منهجاً إعلامياً خاصاً بها فهي ليست بالمحايدة وليست بالمنحازة، تبث القناة برامجها من قطر ويملكها رئيس وزراء قطر ووزير خارجيتها الشيخ حمد، لكنها لا تعبر عن أهداف وسياسات الحكومة القطرية بل يمكننا أن نشبهها بنفس الدور الذي تؤديه

محطة Bbc البريطانية بعبارة أخرى الجزيرة سوقت قطر وفرضت وجودها الإعلامي والسياسي رغم صغر حجمها الجغرافي وقد واجهت القناة أزمات كبيرة مع الدول العربية والغربية معاً وعلى سبيل المثال السعودية، مصر، الأردن، ليبيا، السلطة الوطنية الفلسطينية، تونس، أمريكا وذلك بسبب سياستها الإعلامية حيث لم يألف المواطن العربي ولا الحكومات العربية برامج حوارية مثل الاتجاه المعاكس والرأي والرأي الآخر وبلا حدود، وزيارة خاصة..

انطلاقة الجزيرة

انطلقت القناة[4] ببثها الأول عام ١٩٩٦ ولمدة ستة ساعات يومياً وعلى القمر الصناعي العربي عربسات والقمر الصناعي النيل سات، ولتكون أول فضائية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية على غرار القنوات الفضائية الإخبارية المعروفة مثل «CNN، B.B.C، Euronews»، وفي عام ١٩٩٧ ازدادت ساعات البث إلى ٩ ساعات يومياً لتصل إلى ١٢ ساعة يومياً إلى أن وصلت في منتصف ١٩٩٧ إلى ١٧ ساعة وفي شباط ١٩٩٩ بدأت تبث على مدى ٢٤ ساعة يومياً، ولم تكتف القناة بزيادة ساعات البث اليومي تدريجياً بل زادت مساحة تغطيتها للعالم «الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، أوروبا، أمريكا الشمالية» إلى أن وصل إرسالها إلى معظم بقاع العالم بعد انطلاقتها للبث الرقمي على الموجتين «c,K,u» ثم نظام الكيبل في أمريكا، ودخلت ضمن باقة شركة «Apt» فوصل عدد المشتركين إلى ٢٠٠ مليون مشاهد، كما ووصل بث القناة إلى أستراليا وجنوب شرق آسيا وهي مناطق لم تكن تغطيتها قبل عام ٢٠٠٠، ومع توسع شبكة الإنترنت أنشأت القناة موقعاً خاصاً بها أطلقت عليه «الجزيرة نت» يبث معلومات من خلال الأخبار والبرامج السياسية المختلفة التي تبثها القناة على مدار الساعة ليتمكن من لا يستطيع التقاط القناة تلفزيونياً متابعة برامجها وأخبارها على موقعها على شبكة الإنترنت الذي بدأ العمل به في تموز ٢٠٠٠.

هـذا وتـشترك قنـاة الجزيـرة في وكـالات الأنبـاء العالميـة الرئيـسية ومعظـم وكالات الأنباء الوطنية، كما وتشترك في وكالة بيع الصور التي تصل أولاً بأول عبر هذه الوكالات.

ومـن ناحيـة اخـرى فـالجزيرة محطـة مـستقلة ذات شخـصية معنويـة مـستقلة مركزها الرئيسي قطر ويعقد مجلس الإدارة اجتماعاته الشهرية، ويبلغ عدد كادر القناة نحو ٥٠٠ موظف[5].

أهداف قناة الجزيرة

منـذ انطلاقـة قنـاة الجزيـرة لتحقيـق كـان أمامهـا جملـة مـن الأهـداف وأبرزها[6]:

١. تطمح الجزيرة بتقديم برامج وأخبار للمشاهد العربي بلغة عربية تغنيه عن CNN و BBC.

٢. الابتعاد عن المحلية والإقليمية فهي تحاول أن تخاطب المواطن العربي بشكل عام وتكون جسراً إعلامياً حضارياً يسهل انتقال الخبر للمشاهدين العرب ويتيح لهم الاطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في مجال السياسة والمال والأعمال والبرامج الوثائقية.

٣. تقديم خدمات إعلانية.

ومن ناحية أخرى فقناة الجزيرة تقوم بتغطية للأحداث وتحليلها على النحو التالي[7]:

١. **الأخبار العالمية والمحلية:** أي تقديم تغطية إخبارية شاملة تصاحب تطورات الحدث عبر شبكة واسعة من المراسلين ينتشرون في مواقع الحدث كافة، إضافة إلى متابعة وكالات الأنباء العالمية للوصول إلى الأخبار لحظة بلحظة، ولتكون القناة متخصصة إخبارياً فهي تولي نشرات الأخبار اهتماماً خاصاً بأسلوب عرضها ومواعيدها وتغطيتها، وللقناة ثلاث أنواع من نشرات الأخبار يومية هي (١) الجزيرة هذا الصباح (٢) الجزيرة منتصف اليوم (٣) حصاد

اليوم، هذا وتتضمن هذه النشرات رياضية، جوية، اقتصادية، وهناك نشرات إخبارية اقتصادية تعرض أيام الاثنين والثلاثاء والأربعاء والخميس والجمعة.

٢. **المناظرات والمناقشات:** يتم خلالها استضافة عدد من الخبراء أصحاب الاختصاص لمناقشة قضايا الساعة «السياسية، والاقتصادية، والدينية والعلمية، والفنية» إضافة إلى تناول وجهات النظر من خلال المناظرات والمناقشات.

٣. **أخبار المال والاقتصاد:** تقدم القناة آخر أسعار العملات والموارد المالية في أسواق البورصة العالمية مع تقديم تحليل اقتصادي ومالي حول أسعار العملات والبورصات في العالم.

٤. **البرامج التعليمية والوثائقية:** تقدم الجزيرة البرامج التعليمية والوثائقية إضافة إلى عرض الأفلام حول العلوم الطبيعية والإنسانية والتقنية، وتاريخ بعض المشاهير والرواد من العلماء، كما وتحاول الجزيرة أن تتميز بسمة البرامج الحوارية وتقوم بتجسيد شعار القناة الرأي والرأي الآخر، كما وافتتحت قناة الجزيرة الوثائقية وإقامة بث كامل باللغة الإنجليزية.

نجومية القناة

بدأت نجومية القناة بالسطوع بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١، وخاصة منذ أن احتلت القوات الأمريكية أفغانستان والعراق ضمن حربها فيما يسمى على الإرهاب، وتمكنت قناة الجزيرة من الإمساك بقرون الأحداث العالمية الكبرى التي عصفت بالمنطقة حتى تمكنت خلال فترة وجيزة من منافسة المحطة الأمريكية CNN حيث أصبحت الجزيرة المحطة الأولى للحكومات والنخب وعامة الناس، هذا وقد لعبت الجزيرة دوراً بإعادة تشكيل الوعي سواء على مستوى العقل الغربي أو العقل العربي وخاصة أثناء تغطيتها لأحداث أفغانستان حيث قامت بعض الدول بحجب برامجها عن شعوبها وعلى رأس هذه الدول السويد تحت مبررات مساندة الإرهاب والترويج له.

ومن هنا اقتحمت الجزيرة المشهد الإعلامي الضخم الذي بناه الغرب بإمكاناته الخارقة، وأن السبب في ذلك هو ان الجزيرة خرجت من رحم واقع ساخن ومتفجر بالأحداث السياسية المتسارعة، إضافة إلى أنها فرضت خطابها الإعلامي الاستثنائي على العالم الغربي والعربي معاً، وهذا هو سر انتشارها ونجاحها، إن الجزيرة قدمت نفسها بأنها النقيض لإعلام الحكومات والأنظمة وأنها تعبر عن صوت الشعب والجماهير وأنها منبر من لا منبر له ولذلك دخلت القلوب قبل العقول.

ما الذي أحدثته الجزيرة في تفكير الإنسان العربي

من خلال تتبع البرامج والتحليلات الإخبارية التي تبثها الجزيرة نجد أنها تمكنت من إحداث ما يلي:

١. اقتراب خطاب الجزيرة من واقع الإنسان العربي وتركت أثراً ملموساً وواضحاً، حيث فجرت المكبوت وأجرت تحولاً عميقاً في طريقة التفكير.
٢. تحولت الجزيرة إلى مرجعية إعلامية وخاصة القضية الفلسطينية بحيث تجاوزت وهمشت الإعلام الرسمي العربي والإعلام الخاص معاً.
٣. وحدث أزمات الأمة العربية إلى حد أننا أصبحنا نرى تشابه الشعارات والتظاهرات من تطوان إلى عدن بل أن فعاليات الانتفاضة الفلسطينية حركت فضائيات أخرى كمحطة أبو ظبي لتعبر عن محنة الشعب الفلسطيني.
٤. أحدثت صدمة للإسرائيليين وللأمريكيين فقد اكتشفوا أن الإعلام الرسمي العربي والنظام الرسمي العربي برمته فقد السيطرة على حركة واتجاهات الشارع العربي، ولذلك سارع الصهاينة والأمريكيين إلى البحث عن بدائل إعلامية أخرى لتواجه هذا الإعلام العربي الجديد بإعلام أجنبي ولكنه بلغة عربية من أجل قلب الصورة التي أحدثتها الجزيرة وتبعتها قناة المنار.

٥. كشفت مآسي الشعوب العربية في العراق وأفغانستان وفلسطين ولبنان في مواجهة الإمبريالية الصهيونية والإمبريالية الغربية ونقلت المواطن العربي من دور المتفرج إلى الشريك.

٦. حرضت الجماهير العربية إلى المقاومة والممانعة وساهمت في رفع وتيرة المقاومة والانتفاضة في كل من لبنان والعراق وفلسطين، إن الجزيرة خلقت ما يسمى بالإعلام المقاوم ولكنها لم تتبن خطة وأحدثت تحولاً في تفكير ثقافة المقاومة.

٧. في ضوء كل ما ذكر فالجزيرة أصبحت منهجاً رئيسياً في نظر النظام الرسمي العربي والغربي بسبب تحريضها للشارع العربي وتحريكها له. بل إن الجزيرة تحولت إلى الناطق الإعلامي باسم الشعب العربي وساهمت في تحريضه ضد الأنظمة وضد سياسات الولايات المتحدة ويمكننا القول إنها التي صنعت البيان الأول ضد الواقع العربي المزري، والأهم أنها رفعت سقف الديمقراطية والحريات والعصيان المدني وتعزيز ثقافة المقاومة والممانعة ومقاومة الاستبداد والاستبداديين وهي السلاح الوحيد بين الشعوب ضد الأنظمة.

٨. ساهمت في إحداث حالة تمرد لدى الشارع العربي، بدوره تمكن من إعلان الطلاق ما بينه وبين النظام العربي، وكسر كل المحظورات والقيود، وبذلك يمكننا القول أن إعلام بحجم الجزيرة تمكن من الدخول إلى العالم الخاص للإنسان العربي ومخاطبة المكبوت السياسي العربي بكل تحليلاته.

٩. الجزيرة تمكنت من لي عنق الرقابة الرسمية العربية من ناحية وأخرجت الإنسان العربي من عقد ثقافة الخوف أو خوف الثقافة بعبارة أخرى داست الجزيرة على شرف المحظور العربي الرسمي.

١٠. الجزيرة وضعت المناهج الإعلامية لولادة الإعلام المقاوم وخاصة في أفغانستان والعراق ولبنان وفلسطين، فقد برزت على ضوء تجربة الجزيرة إعلام فلسطيني مقاوم ولبناني مقاوم وعراقي مقاوم وهذا وإن دل فإنما يدل على

حقيقتين هما فعالية المقاومات العربية وجرأة الجزيرة وغيرها من الإعلام المقاوم كالمنار.

١١. أسقطت الجزيرة الإعلام الموجه من وراء المكاتب، ومن تصاميم الأجهزة الرقابية و الاستخبارية التي كانت تستخدم خطاباً إعلامياً لا يصلح في العصور الوسطى.

١٢. أسقطت الجزيرة نظرية الاعتماد على الإعلام الخارجي، وخاصة وكالات الأنباء الأجنبية ومحطة BBC.

١٣. خلقت الجزيرة نجوماً إعلامية في الميدان وليس من خلال المكاتب الوثيرة فبرز نجم إعلامي بحجم تيسير علوني، سامي الحاج، وليد العمري، غسان بن جدو، طارق أيوب... وغيرهم الكثير.

الضغوط التي تعرض لها الإعلام المقاوم وثقافة المقاوم معاً

خلال هذه الصفحات سنتحدث عن أبرز الضغوطات التي تتعرض أو تعرضت لها ثقافة المقاومة من جهة والإعلام المقاوم من جهة أخرى، وسنتحدث من خلال ثلاث محاور رئيسة حيال هذا الملف.

المحور الأول: تشويه صورة المقاومة والإعلام المقاوم سبق وأن تحدثنا عن مفهوم الدعاية الإعلامية والتي عرفناها بأنها جهود اتصالية عديدة تهدف إلى زعزعة ثقة المستمع أو المشاهد أو الجمهور، ومن هنا فإن الدعاية الإعلامية أصبحت في هذا الزمن مؤثرة خاصة مع انتشار وسائل الاتصال الحديثة المتنوعة والتقدم الهائل في ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تساهم مساهمة مباشرة في انتشار الدعاية بأساليبها ومضامينها المختلفة.

إن الدعاية الإعلامية تستهدف مخاطبة العواطف والمشاعر دون أن تهمل الجانب العقلي، وتسعى لإحداث تغيير سريع وفوري في مواقف وسلوك الجماعات المستهدفة مما قد يؤدي للجوء للمثيرات النفسية أكثر من اللجوء إلى القضايا التي تستدعي المناقشة وأعمال الفكر والتأني قبل اتخاذ المواقف، ويرجع تاريخ الدعاية

إلى أيام اليونان وأول وسائلها الخطابة باعتراف أفلاطون الذي عدها أكبر مؤثر في ميدان الدعاية السياسية، وتظهر الدعاية في الشعر اليوناني، بل يمكننا القول أن الرومان نجحوا في صناعة الدعاية فقد اتخذوا من الشعر الحماسي في كل من الإلياذة والأدب وسيلة لإثارة الجماهير وإلهاب المشاعر.

والدعاية كما أشرنا لها ثلاثة مستويات سوداء وبيضاء ورمادية وتلجأ إليها الدول وبعض الحكومات إلى استئجار شركات علاقات عامة تستخدم الإعلام ليقوم بأعمال الدعاية التي تخدم مصالحها الحيوية مستندة إلى الكذب وإستراتيجية التضليل وخير مثال على ذلك الاحتلال الأمريكي للعراق وأفغانستان والذي انطلق من خلال الأكاذيب والمزاعم الباطلة إذ تمكنت CIA من تضليل الرأي العام العالمي لتسويق وتسويغ الاحتلال وجعله شرعياً وخلق أكاذيب جديدة لتسويغ استمراره.

إن الدعاية الغربية حيال العرب والمسلمين هي دعاية سوداء مريضة وبغيضة تحت مزاعم التحذير من الإرهاب للإقناع أو للكذب على الشعب الأمريكي بأن الإرهاب هو العدو الأول للولايات المتحدة الأمريكية وذلك من خلال خلق صورة عن العرب والمسلمين بأنهم دعاة قتل وإرهاب ثم العمل على توظيف هذه الصورة في وسائل الإعلام الأمريكية والغربية لتبرر وحشية السلوك الأمريكي، بل فقد وصل الأمر لصناع القرار الأمريكي أن كل من يقف في وجه الخطاب الدعائي الأمريكي سيفصل من وظيفته وهذا ما جرى مع عدد من الموظفين الأمريكيين العاملين في الشركات الإعلامية حيث تم فصلهم بسبب اتهامهم الصحافة والإعلام الأمريكي بالكذب وتضليل الرأي العام أو إلغاء مبدأ الرأي الآخر على شاشات التلفزة الأمريكية من خلال إلغاء وجهة النظر التي تندد بسياسات المحافظين الجدد بقيادة بوش بل وصل الأمر إلى أخطر من ذلك حيث أقدمت الإدارة الأمريكية السابقة باستخدام العقوبات الاقتصادية ضد أساتذة الجامعات والفنانين من أصل إفريقي لإظهارهم آراء مقاومة لإدارة بوش، وهذا بالطبع يقودنا إلى فهم الإستراتيجية الأمريكية ما بعد أحداث ١١ سبتمبر وما قبلها وقد سلطنا الضوء عليها في حديثنا عن الإعلام العراقي المقاوم والتي تتلخص فيما يلي:

١- الاعتماد على القدرة العسكرية والثروة الاقتصادية للدولة الأعظم في العالم.
٢- ممارسة العنف والخروج على الشرعية الدولية.

نلاحظ أن الإستراتيجية الأمريكية جرى عليها تحولات مذهلة وخاصة منذ وصول اليمين المحافظ الأمريكي بقيادة رولاند ريغان حيث اعتمدت على سياسة محاربة الإرهاب «الإسلام»، بينما جذب الرئيس الديمقراطي كارتر بالتركيز على حقوق الإنسان ولكن بعد سقوط الاتحاد السوفياتي برز خطاب أمريكي جديد أو ما نسميه بالإستراتيجية الأمريكية للقرن الحادي والعشرين والتي انطلقت من أفكار صموئيل هنتجتون وتركزت جدول أعمالها على ما يلي:

١. ضم دول أوروبا الوسطى إلى الاتحاد الأوروبي وحلف شمال الأطلسي «النيتو».
٢. تغريب أمريكا اللاتينية.
٣. الحد من تطوير القدرات العسكرية التقليدية وغير التقليدية للبلدان الإسلامية والعربية.
٤. جذب اليابان للغرب بعيداً عن الصين.
٥. قبول روسيا كدولة محورية للعالم الأرذوكسي وكقوة إقليمية كبرى.
٦. الحفاظ على التفوق التكنولوجي والعسكري للغرب في مواجهة الحضارات الأخرى «الإسلام».
٧. اعتبار الحركات الإسلامية والوطنية هي حركات متطرفة يجب اقتلاعها وتحطيمها.

بالأحرى إن الإستراتيجية الأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر اتجهت نحو تطبيق مبدأ مونرو والقائل إلى أن الإبادة الجماعية هي مبدأ السياسة الخارجية الأمريكية أي أن الجنس الأدنى يجب أن يفسح المجال للجنس الأرقى.

ومن خلال ما سبق ذكره يقودنا إلى الهجوم الإعلامي المركز الذي شنته الماكنة الإعلامية الغربية على المقاومة العربية والإسلامية وإعلامها المقاوم من خلال الربط ما بين الأعمال الإرهابية والمقاومة المشروعة، والخطاب الإعلامي والسياسي الأمريكي حيال المقاومة والإرهاب.

اعتبرت الولايات المتحدة الأمريكية بأن العمل الذي جرى في ١١ سبتمبر ٢٠٠١ هو عمل إرهابي بكل ما تعني الكلمة من معاني، ولتأهيل ثقافة محاربة للإرهاب الدولي فقد أعلن وزير الخارجية الأمريكي الأسبق «كولن باول» بعد أعقاب أحداث ١١ سبتمبر قائلاً «إن الاعتداء الإرهابي الذي تعرضت له الولايات المتحدة غيّر بطريقة جذرية الطريقة التي كانت واشنطن تنظر إليها إلى الإرهاب والأعمال الإرهابية» وعلى ضوء هذا التصريح فإن السياسة الخارجية الأمريكية غيّرت إستراتيجيتها لشعوب منطقة الشرق الأوسط باتجاه إستراتيجية أكثر صرامة حيث انطلقت محددات هذه الإستراتيجية من المحورين القائلين:

١. اعتبار كل دولة تمول وتدرب وتقدم الحماية لكل تنظيم إرهابي هي دولة إرهابية.
٢. على الولايات المتحدة أن تتحرك من خلال كافة الجبهات لمحاربة الإرهاب بكل أشكاله في كل مكان في العالم.

بعبارة أخرى إن الولايات المتحدة خلقت التبرير وهي التي خلقت الوسائل أي أنها تريد أن تكون إستراتيجية السياسة الخارجية الأمريكية تطبق مبدأ «مورو» القائم على من حق الحوت الأمريكي أن يبلع كل الكائنات الحية في المحيط العربي والإسلامي لأن العنصر الغربي متفوق على العنصر العربي والإسلامي.

وهذا في الحقيقة هو تقييم يشمل كل حركة سياسية أو دينية سواء كانت تمارس الإرهاب لأغراض سياسية أو كانت تمارس المقاومة دفاعاً عن النفس، أي أن أمريكا خلطت ما بين ما تعرضت له من عمل إرهابي «مع تحفظي الشديد على أسباب ومسببات الحادث ودوافعه» وبين الأعمال البطولية التي يقوم بها الشعب العراقي واللبناني والفلسطيني والأفغاني ومقاومته الاحتلالين الأمريكي والصهيوني، ومن هنا فقد تبنت الولايات المتحدة وسائل لتنفيذ هذه الإستراتيجية والتي وضعها وصمم بنيانها «ادموندهال» القائم بأعمال منسق مكافحة الإرهاب، فيما يتعلق بالأسس التي تتعاون الإدارة الأمريكية في ضوئها مع شركائها الدوليين حيال ظاهرة الإرهاب العالمي من خلال الوسائل التالية :

١. عدم تقديم أي تنازلات للإرهابيين وعدم عقد أي صفقات معهم مهما كان حجم النتائج الإيجابية التي ستترتب عليها.
٢. تسليم الإرهابيين إلى العدالة أي إلى المحاكم الأمريكية والأوروبية لمحاكمتهم على الجرائم التي ارتكبوها وفق لائحة الاتهام التي تصدرها الجهات التي ألقى القبض عليهم.
٣. عزل الدولة والأنظمة التي ترعى الإرهاب وتموله وتوفر له الملاذ الآمن، وممارسة أقصى درجات الضغط عليها، لإجبارها على تغيير تصرفاتها، وإن لم تستجيب تحارب دبلوماسياً واقتصادياً ومعلوماتياً وعسكرياً إن تطلب الأمر.

من جهة أخرى وفي ذات السياق فقد ألزمت أمريكا نفسها بتعريف الإرهاب واعتبرته هو التعريف الذي يجب أن تطبقه الدول والمنظمات الدولية وأن يتم تجاوز الأمم المتحدة في ذلك على البند «أ» في الفقرة «ف» بالقسم رقم «٢٦٥٦» من الفصل «٢٢» من قانون الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن خلال ما سبق ذكره وعلى ضوء هذا التقييم عن الأعمال الإرهابية اعتبرت الولايات المتحدة أن أي قوة تحاول أن تقف في وجه القوة الأمريكية والتي جاءت لمحاربة الإرهاب هو عمل إرهابي ولذلك تحولت المقاومة الأفغانية فيما بعد إلى تنظيمات إرهابية وكذلك المقاومة العراقية واللبنانية والفلسطينية الذي يتضمن التعريف التالي:

الإرهاب يعني أعمال عنف متعمدة ذات طابع سياسي ترتكب ضد أهداف غير محاربة وتقوم بها مجموعات تابعة مباشرة لدولة أو مجموعة من العملاء يعملون في السر ويقصد بها عادة التأثير في جمهور معين.

الإرهاب الدولي: فقد عرفته أمريكا بأنه مجموعة من الأعمال الإرهابية التي يتعرض لها مواطنو أو أراضٍ في أكثر من دولة.

المجموعات الإرهابية: مجموعة من البشر تمارس بنفسها أو لديها أعوان ذوي شأن تابعة لهم تمارس مباشرة أو وعن طريقهم أعمال إرهابية.

وأي مقاومة تقف بالكلمة والصوت والصورة في وجه الأهداف الأمريكية هي إرهاب وبذلك خلقت أمريكا الثقافة التي تبرر تشويه المقاومة وثقافتها وإعلامها.

ومن هنا تنبهت الإستراتيجية الصهيونية إلى هذه النقطة بالذات وعلى الفور طالبت الحكومة الصهيونية والتي كان يرأسها آنذاك آرائيل شارون بضرورة الدعوة لإقامة تحالف دولي لشن حرب عالمية ضد الإرهاب الدولي، وأن هدف الحكومة الإسرائيلية هو اعتبار الأعمال التي يقوم بها الفلسطينيون هي أعمال إرهابية وليست مقاومة.

فقد نجحت الماكنة الإعلامية والسياسية الصهيونية من خلال الأذرع الدبلوماسية النشطة التي قامت بها من جهة والدور الذي لعبه الإعلام الصهيوني في ذلك حيث اعتبرت الحكومة الصهيونية أن كل حركات المقاومة الفلسطينية «الجهاد، وحماس» هي حركات إرهابية وكذلك حزب الله اللبناني إضافة إلى الدول العربية التي تدعم هذه الحركات أي الحركات الإرهابية «المقاومة» وتقدم لها المساعدات المادية والمعنوية والرعوية ويقصد بها سوريا وإيران.

كيف بدأت عملية تشويه المقاومة؟

استغلت إسرائيل الأجواء العالمية المستوطنة وبالفعل أقدمت على زيادة تصعيد عملياتها المتوحشة على الشعب الفلسطيني ضمن تبريرها للإستراتيجية الأمريكية بمكافحة الإرهاب أي تنفيذ مفهوم الإرهاب على ضوء المسطرة الأمريكية أي أن إسرائيل أرادت أن تمارس هذه الأعمال خوفاً من قيام الفلسطينيين بتنفيذ وتصعيد أعمال المقاومة «الإرهاب» لنرى ذلك عندما بدأت المحطات السياسية الأمريكية الإسرائيلية والإعلامية بتشويه صورة الرئيس الفلسطيني الراحل ياسر عرفات ففي أول مكالمة ما بين الإسرائيليين والأمريكيين عقب أحداث ١١ سبتمبر وصف رئيس الوزراء الإسرائيلي شارون الرئيسي الفلسطيني عرفات «بأنه بن لادن فلسطين» وقد

ضخم الإعلام الصهيوني هذا التصريح وهنا نطرح السؤال التالي إذا كان ياسر عرفات الذي ألغى الميثاق الوطني الفلسطيني واعترف بوجود إسرائيل ووقع على الاتفاقيات والمعاهدات وحارب حركات المقاومة واعتقل رموزها وقدم فاتورة كبيرة خدمة لإسرائيل ولأمنها وأخيراً أخرجته الماكنة الإعلامية بأنه بن لادن فلسطين فما هي صورة قيادات المقاومة الفلسطينية واللبنانية والعراقية والأفغانية يا ترى؟

ومن هنا تحولت صورة حركات المقاومة الفلسطينية إلى حركات إرهابية، وبالفعل نفذت إسرائيل مجازر بشعة في فلسطين حيث دمرت وقتلت أعداداً كبيرة من أبناء الشعب الفلسطيني واغتالت قيادات عديدة للمقاومة وعلى رأسهم الشيخ الشهيد أحمد ياسين وعبد العزيز الرنتيسي وفتحي الشقاقي، وأبو علي مصطفى.. وتوج هذا التوحش الصهيونية بالمجازر الصهيونية وعلى رأسها مجزرة مخيم جنين حيث ذهب ضحيتها ٣٠٠ مقاتل فلسطيني، وكان الموقف الأمريكي منسجماً مع الموقف الصهيوني حيث اعتبرت الخارجية الأمريكية أن شارون رجل سلام وأن إسرائيل من حقها الدفاع عن أمنها.

ومن هنا تهيأت الأرضية الإعلامية والثقافية المقاومة على اعتبار أن المقاومة إرهاباً فقد اعتبرت الخارجية الأمريكية أن على الفلسطينيين أن يقبلوا بضرورة أن يعيش الإسرائيليون متحررين من الخوف والإرهاب الفلسطيني «المقاومة» وعلى الفلسطينيين أن يعلنوا الحرب على المقاومة أي على الإرهاب إذا أرادوا أن يكون لهم دولة فلسطينية تعيش بسلام مع إسرائيل أي على الفلسطينيين أن يعلنوا الحرب بلا هوادة على الإرهاب الفلسطيني بنسب عالية تصل إلى مئة بالمئة.

أنظر إلى ما فعلته إسرائيل لسفن الحرية التي توجهت لفك الحصار عن غزة يوم ٢٠١٠/٥/٣١ فقد قتلت الآلة الإسرايلية وبكل بشاعة أكثر من ٢٠ شخصاً على هذه السفن التي كانت تحمل المساعدات لأبناء غزة، ألا توجد دولة في العالم أبشع من هذه الدولة، فهذه هي الدولة الديمقراطية والمتمدنة كما تدعي أما آن لنا أن نعرف عدونا، فأيهما الإرهابي هل هو الفلسطيني أم الإسرائيلي؟

موقف الشعب الفلسطيني من هذا الخطاب

الشعب الفلسطيني بكافة مكوناته رفض هذا الخطاب الأمريكي والصهيوني معاً ونددوا بالسلطة الفلسطينية إن حاولت الإقدام على تنفيذ آليات هذا الخطاب، فقد اعتبرت السلطة أن الأعمال الاستشهادية التي يقوم بها الفلسطينيون هي أعمال عنف أي إرهاب على ضوء المسطرة الأمريكية الجديدة، لكن إسرائيل تمكنت لاحقاً بإقناع الإدارة الأمريكية بأن السلطة الفلسطينية وبالذات ياسر عرفات يكذب على المجتمع الدولي فهو يندد بالأعمال الإرهابية الفلسطينية في النهار ويلتقي قادة المقاومة في الليل ليحرضهم على المقاومة «الإرهاب»، وقد نجح هذا الخطاب من إقناع الأمريكيين بضرورة عزل الرئيس الفلسطيني ومحاصرته وتشويه سمعته بل وطالبت إسرائيل بتغييره على اعتبار أنه يقف حجراً في وجه العملية السلمية في الشرق الأوسط، وقد بدأت ملامح هذا التوجه بالمطالبة بإصلاح ديمقراطي في السلطة من خلال فصل الرئاسة عن رئاسة الوزراء وتحجيم صلاحيات الرئيس الفلسطيني تمهيداً لتصفيته سياسياً وإعلامياً ومن ثم جسدياً وقد تم ذلك عندما حاصرت الدبابات الإسرائيلية المقاطعة وتسميمه لاحقاً وقتله بصفته إرهابياً وليس رجل سلام وبذلك تكون إسرائيل قد نجحت في تنفيذ هذا السيناريو على اعتبار أن عرفات هو ابن لادن فلسطين.

ومن خلال ما تقدم سابقاً فقد اعتبرت إسرائيل أن العمليات التي شنتها على الشعبين الفلسطيني واللبناني ودمرت خلالها البنية التحتية وارتكبت خلالها مجازر كبيرة جداً حيث بررت هذه المجازر من وجهة النظر الأمريكية على تداعيات ما بعد ١١ سبتمبر وبذلك أصبحت هذه الوصفة شماعة أمريكية صهيونية للاحتلال والقتل سواء في أفغانستان والعراق ولبنان وفلسطين تحت مبررات كاذبة باتجاه ضرب الإرهاب في جميع أنحاء العالم، ومن هنا فقد تنبهت أمريكا جيداً إلى هذا الخطاب وطبقته حرفياً على كل حركات المقاومة في العراق وأفغانستان ولبنان وفلسطين... ويلاحظ أن هذا التحول الأمريكي يبرز من خلال المؤشرات التالية:

١. التأييد الأمريكي المطلق لكل الأعمال الوحشية التي تقوم بها إسرائيل، ومهما كانت هذه الأعمال من تدمير واقتلاع للأشجار وتهجير للشعب الفلسطيني كل ذلك هو دفاع عن النفس ولتتمكن إسرائيل من تنظيف الأراضي المحتلة من ثقافة المقاومة «الإرهاب».
٢. إن من حق إسرائيل أن تحافظ على سيادتها فكل عملية للمقاومة هي عملية إرهابية تستهدف سيادتها فمن حقها الرد عليها بالقوة الغاشمة.
٣. إن ردود الفعل الأمريكية على الأعمال التي تقوم بها إسرائيل هي ردود أعمال باردة جداً تكمن ليس المطالبة من الطرف الفلسطيني شجب الإرهاب الفلسطيني «المقاومة» فحسب بل المطالبة من السلطة أن تترجم أقوالها إلى أفعال من خلال إعلان الحرب على ثقافة المقاومة وتصفية الحركات المقاومة، بالأحرى إرسال رسالة للشعب الفلسطيني إن المشكلة ليست بالشعب الفلسطيني بل بالمنظمات الإرهابية التي تورط بها الفلسطينيون!!!
٤. تمكنت إسرائيل من تحقيق دعم أبدي أمريكي في مجلس الأمن فكان المندوب الأمريكي يقف بالمرصاد لكل من يحاول إدانة إسرائيل من خلال المطالبة بسحب القرار أو التصويت عليه بالاعتراض.

وقد تجاوزت أمريكا هذا التصور في محاربة الإرهاب فيما بعد بل تجاوزت تصنيف الحركات النضالية المقاومة ووصمها بالإرهابية بل اعتبرت أن الفضائيات التي تدعم ثقافة المقاومة بأنها فضائيات إرهابية وتجاوزت ذلك إلى أن القمر الصناعي الذي يسمح ببث خطاب هذه الفضائيات هو قمر صناعي إرهابي، وهكذا قدمت أحداث ١١ سبتمبر جوائز كبيرة جداً ومزدوجة لكل محتل غاصب بدأً من الاحتلال الصهيوني لفلسطين والاحتلال الأمريكي في العراق وأفغانستان.

الضغوط الأمريكية والعربية على الإعلام الفضائي المقاوم

أشرنا فيما سبق إلى أن الولايات المتحدة وخلال احتلالها للعراق وأفغانستان شنت حرباً ضروساً على وسائل الإعلام التي تمكنت من إظهار الوجه الحقيقي

للاحتلال الأمريكي والصهيوني معاً حيث نجح الإعلام المقاوم في كل من العراق ولبنان وفلسطين وقبل ذلك تمكن بعض الإعلام الفضائي العربي المهني وعلى رأسهم قناة الجزيرة حيث تقدمت قناة الجزيرة المشهد الإعلامي الدولي والإقليمي من خلال تغطيتها للحرب في أفغانستان والعراق ولبنان وفلسطين وقد حصلت الجزيرة بإجماع دولي على العالمية في التغطية بسبب قدرتها الفائقة على كشف أوراق الأمريكيين في العراق وأفغانستان وما زالت هذه الفضائية تقوم بتغطية مذهلة بل اعتبرتها أوساط إعلامية أنها اقتربت من الإعلام المقاوم.

ومن هنا فقد فرضت أمريكا على هذه الفضائية قيوداً كبيرة بدأتها باعتقال الفريق الإعلامي الذي كان يغطي أحداث الحرب في أفغانستان حيث طلبت من السلطات الإسبانية اعتقال مدير مكتب الجزيرة تيسير علوني بتهمة الإرهاب وتحت مسميات ومبررات واهية.

تغطية الفضائيات العربية المهنية لأحداث غزة

من خلال متابعة الفضائيات العربية لأحداث غزة تبين لنا وجود تباين واضح للمعايير الأخلاقية التي على الإعلام الالتزام بها وعلى رأس هذه المعايير الموضوعية والمصداقية والحياد، ومن هنا فإن هذا التباين برر من طبيعة كل وسيلة وموقفها المسبق من الأحداث ومقدار الضغوط التي تتعرضها ناهيك عن طبيعة أجواء تغطية الحروب حيث تختلط معايير أخلاقيات الإعلام بسبب الظرف الذي يعيشه المراسل الإعلامي وما يشاهده من أحداث قد تؤثر على القيم الإعلامية، ومن هنا فقناة الجزيرة وضعت تعريفاً للحياد يختلف اختلافاً جوهرياً لما رأته قناة العربية .

ومن هذا المنطلق فإن مفهوم الموضوعية والحياد قد تغير تعريفه في حرب غزة بمعناه الحرفي وأصبح هذا التعريف بأنه وسيلة للهروب من اتخاذ موقف أخلاقي ففي أثناء تغطية الجزيرة مثلاً وجدنا أن قتلى الفلسطينيين جاء على لسان المحررين والمندوبين الميدانيين بأنهم شهداء، في المقابل قناة العربية كانت على نقيض ذلك حيث ساوت بين قتلى الصهاينة وقتلى الفلسطينيين وقد بررت قناة العربية على ذلك

بأن الخبر يتغير كل ثانية ولذا على الإعلام أن يتغير في هذه الحالة، وفي المقابل انحازت تغطية قناة المنار والأقصى إلى الاصطفاف خلف الجزيرة فعلى لسان مدير قناة المنار عبد الله قصير الذي اعتبر أن المصطلحات لا تتغير وليس لها علاقة بالزمن فالشهيد يبقى شهيد سواء تغير الزمان أو المكان، وهنا نلاحظ أن الموضوعية قد تفرض أجندتها وأخلاقيتها في المناطق الباردة وتهرب من المناطق الحارة أو الساخنة لكن ما لمسناه من تغطية المنار والأقصى والجزيرة حيث انحازت هذه الفضائيات إلى ثقافة المقاومة وإلى الشعب الفلسطيني من منطلق أن الإعلام العربي الذي يجب أن يصطف خلف قضايا الشعوب المعتدى عليها.

إن الحياد المطلوب حسب تغطية الجزيرة والمنار أن يكون الإعلامي محايداً إذا وقف بين الخير والشر والحق والباطل والمقاومة والاحتلال والقاتل والضحية.

ولذلك رأينا أن الإعلام العربي الرسمي وبعض الخاص انساق مع الخطاب الرسمي ومثلته قناة العربية. والشارع العربي مثلته المنار والأقصى والجزيرة، ولذلك فإننا سنتحدث عن تغطية العربية والجزيرة كأنموذج لتغطية الفضائيات العربية لأحداث غزة.

تغطية قناة العربية

يعتبر خبراء الإعلام الفضائي أن قناة العربية هي المنافس لقناة الجزيرة خلال تغطيتها لأحداث غزة بل إننا نعتبرها القناة المعاكسة لنهج الجزيرة حيث أن تغطية العربية قدست ميثاق الشرف الإعلامي ولم تتزحزح عنه وبالغت في درجة الالتزام، لكنها سلطت الضوء على الجانب الإنساني والآثار المترتبة على العدوان الصهيوني ومعاناة الشعب الفلسطيني ولذلك كانت تغطيتها للمعركة العسكرية أقصد للمحرقة التي أقدمت عليها إسرائيل كان بارزاً للعيان حيث اعتبرت نفسها غير معنية بالصراع والتزمت الحيادية المفرطة، ولكن بعد الانتقادات الحادة والواسعة تراجعت أمام الضغوط الشعبية ويعتبر هذا السلوك الإعلامي للقناة أنها تتحرك بأجندة سياسية وليست ضمن معايير مهنية لأنها تعمل ضمن محورين لهما أجندة

تتصادم مع ثقافة المقاومة من جهة ومع قيادة المقاومة الإسلامية بقيادة حماس والأهم أنها منحازة للعملية السلمية وتقف موقف معاد لتيار الممانعة، وقد لاحظ زعيم المقاومة الإسلامية لحزب الله الأمين العام حسن نصر الله انحياز القناة فنعتها بالقناة العبرية وليست العربية، وبالمناسبة فإن مصداقية حسن نصر الله هي محط ثقة الصهاينة قبل العرب.

تغطية الجزيرة لأحداث غزة ٢٠٠٨ – ٢٠٠٩

منذ الساعة الأولى للعدوان الصهيوني على غزة جندت قناة الجزيرة طاقمها الإعلامي والإخباري والتحريري والبرامجي، وعززت القناة طاقمها العملي حيث عطلت البرامج الحوارية العادية وأجلت برامج أخرى حتى انتهاء الحرب وإعلان وقف إطلاق النار، وبالمجمل يسجل للجزيرة أنها تمكنت وبجدارة متناهية قدرتها الفائقة على تغطية كاملة وشاملة لحرب غزة لحظة بلحظة، وحققت في تغطيتها إنجازات إعلامية متميزة حيث امتازت تغطيتها بالسبق الإعلامي الملفت للانتباه، بالعربي لقد حرضت الجزيرة بعض الفضائيات وأدخلتها في سوق المنافسة لكنها حافظت على شعبيتها وقدرتها الفائقة والمتميزة فقد تمثلت في الشعار الذي صممته تارة «غزة تحت النار»وتارة «الحرب على غزة» والشعار الأخير بقي ملازماً للقناة إلى أن وضعت الحرب أوزارها.

لقد أدخلت الجزيرة القيم النضالية في تغطيتها، بالأحرى عززت ثقافة المقاومة والفعل المقاوم والحماس المقاوم، والإعلامي والسياسي المتبع لتغطية الجزيرة يلمس أن أخبار وتحليلات القناة يشعر أنها تحولت أو تكاد أن تتحول إلى قناة إعلامية مقاومة ناطقة باسم المقاومة «حماس بالذات»، حيث عززت ثقافة المقاومة وفكرها من منظور إسلامي بسبب غزارة الشخصيات التي استضافتها.

ما الذي قدمته القناة على صعيد الحرب الإعلامية؟

١. نقلت بشاعة الصهاينة وتوحشهم أي أعطت الوجه الحقيقي للعقل الصهيوني حيث تمكنت من نقل صور بشعة للمجزرة منذ اليوم الأول وأعطت تحليلاً

عميقاً عن طبيعة هذا التوحش الصهيوني، وهذا ساهم في تأجيج مشاعر العرب والمسلمين والإنسانية.

٢. تمكنت من دحض الإعلام الصهيوني الذي كان يخاطب العالم العربي بلغة مليئة بالأكاذيب حيث اعتمدت الرواية الصهيونية على تبرئة نفسها من دم القاتل الفلسطيني من منطلق أن إسرائيل ضحية الإرهاب الفلسطيني!! لكن الحقيقة كشفتها الجزيرة وفككت رموز الرواية الصهيونية وفضح الخطاب الإعلامي والسياسي والتوحش العسكري الصهيوني، ولنضرب مثالاً على طبيعة الخطاب الإعلامي الصهيوني من خلال ما يلي:

«إسرائيل دولة ذات كيان مسالم تحاصرها المنظمات الإرهابية بالصواريخ، وإسرائيل اشتكت مراراً للمجتمع الدولي للضغط على المنظمات الإرهابية «حركة المقاومة الفلسطينية» التي تمكنت من إيذاء الشعب الإسرائيلي المسالم، ولكن المجتمع الدولي لم يتخذ إجراءات عملية ضد من يؤذي الأطفال والنساء من منطلق أن إسرائيل واحة للديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط».

وأكثر من ذلك فإن الرواية الإسرائيلية جاءت بعد أن بررت أعمال القتل التي يتعرض لها الفلسطينيون والسبب في ذلك أن الإرهابيين الفلسطينيين يختبئون بين الناس في المساجد والمستشفيات وتؤكد الرواية الصهيونية أن حماس تستخدم المستشفيات كغرف حربية!!! ولذلك فإن إسرائيل تقوم بقصف مقرات الإرهابيين في المستشفيات والمساجد والمدارس وتجريف الأرض بحجة حماية شعبها من التطرف الإسلامي».

ومن هنا فإن الجزيرة عرّت هذه الرواية وخاصة بعد أن استخدمت إسرائيل الفسفور الأبيض المحرم دولياً وخاصة عندما عرضت أحد الضحايا وهو الطفل «لؤي» الذي فقد بصره، وكذلك الطفلة التي بترت يدها وكذلك الطفلة التي فقدت أسرتها كاملة.

٣. الجزيرة خلقت ميثاقاً إعلامياً أثناء تغطية الحروب القذرة، فحرب غزة قذرة بكل ما تعني الكلمة من معاني ومن هنا فقد أعادت الميثاق الإعلامي الذي

يعتبر الحيادية والموضوعية والمصداقية أهم أركان المهنية الإعلامية بطريقة أخرى، فمنذ صياغة هذا الميثاق فقد صممت الجزيرة لنفسها ميثاقاً خاصاً بها يمكن تعميمه ينطلق من مجموعة من المعايير في التعاطي مع العديد من القضايا حيث انحازت للقضايا العربية وفي مقدمتها القضية الفلسطينية حيث اتهمت بعض المنابر الإعلامية العربية والدولية أن الجزيرة تخلت عن مبدأ الموضوعية والحياد والجزيرة على هؤلاء بالصوت والصورة قائلة «إن الحياد في تغطية أحداث غزة هو انحياز للإجرام الصهيوني والوحشية الصهيونية».

٤. وضعت الجزيرة العالم وجهاً لوجه أمام حجم المأساة الفلسطينية في غزة ونجحت في إيصال هذه الصورة بحقيقتها وملحمتها وبطريقة مهنية عالية جداً وأن الصور التي بثتها تجاوزت بشاعة الوحوش الضارية وتعجز الكلمات أن تصمد امامها.

٥. واصلت الجزيرة تصوير المحرقة التي تعرض لها الفلسطينيون المحرقة الفلسطينية التي ارتكبتها إسرائيل وخاصة بعد الحرب حيث شاهد العالم حجم الدمار الهائل والمرعب والخسائر التي أحدثتها الآلة العسكرية الصهيونية في بنية القطاع حيث أفردت الجزيرة مساحات كبيرة أثناء التغطية.

نخلص إلى القول أن الجزيرة خلقت الإعلام المقاوم وعززت نظرية الحرب النفسية حيث مارستها بكل ما تعني الكلمة من معانٍ فيما فشلت فضائيات في الوصول إلى هذا المستوى المتميز.

ما الذي قدمته الجزيرة في شأن المأساة الفلسطينية «نموذج غزة»

من خلال تتبع التغطية الإعلامية لقناة الجزيرة لاحظت ما يلي:

١- الجزيرة تعاطفت مع الموقف الفلسطيني المقاوم بدليل تصميم شعار «غزة تحت النار» لتعبر عن حجم القوة النارية الصهيونية، حيث حثت القناة مراسليها لتغطية كل التحركات الاحتجاجية ضد الحرب في جميع أنحاء

العالم وفتحت منبراً على موقعها الإلكتروني ليعبر المتصفحون عن دعم الشعب الفلسطيني في غزة، وقد تعاطفت مع الضحية الفلسطينية خاصة وأنها وصفت ضحايا القصف الصهيوني بالشهداء وبحسب تصريحات منسوبة لرئيس تحرير القناة أحمد الشيخ «إن هذا لا يشكل انتقاصاً للموضوعية وتساءل قائلاً: بدلاً من أن تسألوا لماذا نسميهم شهداء اضغطوا مع الجزيرة لوقف شلال الدم الفلسطيني».

٢- الجزيرة كشفت حجم التواطؤ العربي السياسي والإعلامي لأهل غزة ولثقافة المقاومة، ولجمّت الإعلام العربي المأجور والمهزوم والمأزوم.

٣- تمكنت من تحصين المواطن العربي من فيروسات الاستسلام والخنوع حيث أكسبت المواطن الفلسطيني والعربي معاً مناعة ضد الانكسار أو التشكيك وتحولت لحالة مستقرة داخل ضمير الأمة حيث كشفت الجزيرة من يقف إلى جانب محن الأمة.

٤- كشفت الجزيرة بالصوت والصورة أن حرب غزة أكبر من حجم تدمير المقاومة وحماس بالذات بل هي مؤامرة قذرة لإبادة الشعب الفلسطيني وإلغاء وجوده وبذلك كشفت حجم هذه المؤامرة بتحويل الشعب الفلسطيني إلى شعب بلا قضية ولا وجود.

٥- كشفت وعرت الوجه القبيح للصهيونية وكل من يخفي معالم هذا الوجه فهو شريك بالجريمة في قتل الفلسطينيين ولذلك نجحت الجزيرة في كسر نظرية إطفاء الأنوار أثناء الحرب، فالجزيرة أضاءت مساحة كبيرة للقتل والمجازر وصورتها وبثتها للعالم.

وفي الختام حيال موضوع تغطية الجزيرة لأحداث غزة ومن خلال تحليل مضمون أحد برامجها وهو منبر الجزيرة برزت من خلال تعزيزها لاتجاهات الشارع العربي، حيث ساهمت الجزيرة في تعبئة الشارع العربي ضد النظام العربي الرسمي من خلال ما يلي:

١- الجزيرة كذبت مصداقية الإعلام الصهيوني والغربي باللغة العربية من خلال تصوير بشاعة العدوان حيث حققت هدفين اثنين هما:

أولاً – إحراج وفضح إسرائيل.

ثانياً – إحراج النظام الرسمي العربي وهذا الإحراج ساهم في التنفيس عن الشعب، إن الجزيرة خلقت ثقافة الاحتجاج.

٢- فضحت الجزيرة الشرعية الدولية وإحراج الأمم المتحدة وأثبتت بالصوت والصورة أن إسرائيل كيان فوق القانون.

٣- ساهمت في زيادة كراهية العرب للولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل والنظام العربي الرسمي معاً باستثناء بعض النظم التي دعمت المقاومة.

٤- أعطت صورة حقيقية عن عصابة الكيان الصهيوني بأنهم مجرمو حرب وتمكنت من تمرير ذلك حيث أن إسرائيل فشلت في إقناع الدول العربية في عدم محاكمة قيادات هذا الكيان المجرم ولهذا تم محاصرته سياسياً وإعلامياً.

٥- كشفت أن الصهاينة مجرد ضوار متوحشة لا يصلحون للتعايش ولا يصلحون للحياة وهم دمويون قتلة.

٦- وضعت الجزيرة العالم الغربي أمام المعايير الدولية التي تتبجح بها أمريكا.

٧- قلبت المعايير الإعلامية حيث كان الإعلام الغربي والصهيوني والأمريكي يسرح ويمرح وهو الذي يقرر المعايير الإعلامية متى يكون محايداً ومتى يكون صادقاً ومتى يكون العمل إرهاباً ومتى يكون دفاعاً عن النفس، الجزيرة قلبت الصورة وكشفت حقيقة اللص والجلاد ودافعت عن الضحية.

الانتقادات التي وجهت لقناة الجزيرة في تغطيتها بشكل عام وقضية غزة بشكل خاص

إن أبرز الانتقادات التي وجهت لقناة الجزيرة انصبت بالدرجة الأولى على القناة الناطقة باللغة الإنجليزية من ناحية وعلى التزام الجزيرة بالمعايير الإعلامية وأخلاقيات المهنة وبالمجمل فمن أبرز الانتقادات العامة للقناة انحصرت فيما يلي:

١- السماح ببروز الصهاينة على القناة، وقد بررت القناة ذلك من خلال الرأي والرأي الآخر «أي أن الجزيرة تهدف إلى تعزيز ثقافة التطبيع مع العدو الصهيوني حيث أفسحت الجزيرة المجال للمتحاورين العرب والصهاينة من مخاطبة الشارع العربي والإسلامي من هذه البوابة الرأي والرأي الآخر، وهذا الانتقاد أضعف القناة ولذلك طالبت قوى المقاومة العربية عامة والفلسطينية خاصة بعدم إشمال الوجوه الصهيونية بالقناة ولغاية الآن القناة لم تستجب لهذا الطلب!!.

٢- اعتبرت بعض الأصوات أن الحيادية والموضوعية في تغطية الأحداث من وجهة نظر الجزيرة كانت غائبة حيث انحازت الجزيرة كما يتهمها البعض بالانحياز لحساب التسييس الإعلامي على حساب المهنية الإعلامية وقد انصبت هذه الانتقادات خاصة أثناء تغطية الجزيرة للمشهد الفلسطيني فاتهمت القناة بأنها انحازت إلى مبدأ التوظيف الاستراتيجي الإعلامي لصالح طرف فلسطيني على حساب طرف آخر «حماس- فتح» وهذا التوجه الإعلامي للقناة من وجهة نظر هؤلاء يعطي فرصة للصهاينة أن يستريحوا من القصف الإعلامي الذي تنفذه الجزيرة عنهم.

أبـرز الانتقـادات الـتي وجهـت لقنـاة الجزيـرة علـى قناتهـا الناطقة باللغة الإنجليزية

اعتـبرت أوسـاط إعلاميـة عربيـة وسياسـية أن تغطيـة قنـاة الجزيـرة الناطقـة باللغة الإنجليزية بعيدة كل البعد عن تغطية القنـاة باللغـة العربيـة ومـن أبـرز الجهـات المنتقدة جماعة الإخوان المسلمين وموقعها الإعلامي بالـذات حيـث اعتـبروا مـن تغطيـة قناة الجزيرة الناطقة باللغة الإنجليزية أنها شوهت موقف حركة حمـاس علـى اعتبـار أنهـا هـي المسؤولة عمـا جـرى في غـزة بينمـا الطـرف الـصهيوني كـان يتحمـل مأسـاة صواريخ القسام!!، ومن أبرز هذه الانتقادات:

أولاً- ركـزت القنـاة الإنجليزيـة علـى المـشهد الـسياسي والحـوارات والمنـاورات الدبلوماسية على حساب فعاليات المعركة العسكرية، ولم تعط صوراً بشعة عـن المنجهيـة الـصهيونية وقللـت مـن إبـراز الـضحية الفلـسطينية، واقتـصرت تقارير القناة على تقارير قصيرة جداً وتقارير سريعة للمراسلين.

ثانياً- تدني مستوى تغطية القناة في إبراز معاناة الـشعب الفلسطيني في غـزة جـراء الهجمة المتوحشة الصهيونية عليه وخاصة معاناة الأطفال والنساء.

ثالثاً- إن القنـاة الإنجليزيـة فـشلت فـشلاً ذريعـاً في تغطيتهـا لمذبحـة ومحرقـة غـزة مقارنة مع قناة الجزيـرة العربيـة حيـث سـاهمت هـذه التغطيـة في خلـق صـورتين متباينتين للجزيرة أي ما بين النشرة العربية والنشرة الإنجليزية.

هوامش الفصل التاسع

(١) مجلة البناء، حسن السوداني، العدد ٦٦، ص١.

(٢) الفضائيات العربية، ص ٦٣٢ – ٦٣٣.

(٣) مرجع سابق ص ٦٧.

(٤) أعمال المؤتمر العلمي الأول الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام الدار المصرية اللبنانية، ص ٦٥٩ – ٦٦٠.

(٥) مرجع سابق ص ٦٦٠.

(٦) الإعلامي السياسي والإخباري والفضائي، هيثم الهيتي، ص ٨٦- ٨٧

(٧) مرجع سابق ص ٨٧.

المصادر والمراجع

١. مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام المشاقبة، دار أسامة للنشر والتوزيع ٢٠٠٩.

٢. مشروعية المقاومة في الفكر الإسلامي والغربي، كتاب تحت الطبع للمؤلف.

٣. الإعلامي السياسي والإسلام، د. موسى الكيلاني، دار الرسالة، ١٩٨٥.

٤. الحرب الإعلامية، نموذج حزب الله، مجموعة من الباحثين.

٥. الإعلام العربي، واقعه ومستقبله، د. خالد رشيد الشيخلي.

٦. مائة سؤال عن العلاقات العامة والإعلام والإعلان، طلعت همام، دار الفرقان.

٧. العلاقات العامة، مجموعة من الباحثين.

٨. مفهوم الخطاب الإعلامي العربي، حميدة سميح.

٩. مدخل نظري وعملي إلى الصحافة اليومية والإعلام، سامي ذيبان.

١٠.من سرق المصحف، د. رفعت السيد، مكتبة مدبولي.

١١. السياسة من وراء الإستراتيجية، د. فاضل محمد زكي، الموسوعة الصغيرة، عدد ٧٨، دار الحرية.

١٢.الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات العربية هيثم الهيتي، دار أسامة للنشر والتوزيع.

١٣.التحليل للنص الشعري، جيدارولو، ترجمة عبد الرحمن علي.

١٤.الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار اللبنانية المصرية.

١٥.أخلاقيات الصحافة، جون. ل. هاتيلنج، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع.

١٦.العرب وأمريكا، د. محمد علي، دار مدبولي ٢٠٠٥.

١٧.قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي، أعمال ندوة صادرة عن مؤسسة عبد الحميد شومان.

١٨.الإعلام الإذاعي والتلفزيون، د. إبراهيم الإمام دار الفكر.

١٩.الإعلام ومذاهبه وتاريخه، د. عبد اللطيف حمزة، دار الفكر.

٢٠.أخلاقيات العمل الإعلامي، د. حسن مكاوي الدار اللبنانية المصرية.

٢١.نحو ثقافة وطنية معاصرة، نحو مفهوم إعلامي معاصر، عصام حماد.

٢٢.الإعلام والنسق القيمي، د. صباح ياسين الصباح.

٢٣.وصفي التل في مجابهة الغزو الصهيوني، تحرير ناهض حتر، دار الانتشار.

٢٤.معركة إضعاف حزب الله، داني بروكتيفش، ترجمة وعرض إبراهيم الفيوم، دار الشروق للنشر.

٢٥.لغة الصورة في الإعلام المقاومة، عباس مزنر.

٢٦.الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد الملك خلف التميمي، سلسلة عالم المعرفة.

٢٧.المقاومة العراقية ومأزق المشروع الإمبراطوري الأمريكي، دار ميريت، ناهض حتر.

٢٨.حوار الحفاة والعقارب دفاعاً عن المقاومة، نصري الصايغ، دار الريس للنشر.

٢٩.علم النفس العسكري، مجموعة من الباحثين.

٣٠.حزب الله من التحرير إلى الردع، د. عبد الإله، مركز دراسات الوحدة العربية.

٣١.إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات.

٣٢.الأمن الإعلامي العربي، نصري الصايغ.

٣٣.المقاومة اللبنانية تقرع أبواب التاريخ، ناهض حتر وعبد الأمير الركابي، دار ورد للنشر والتوزيع.

المجلات والصحف:

١. مجلة شؤون الشرق الأوسط عدد ٢٧، ٢٠٠٧.

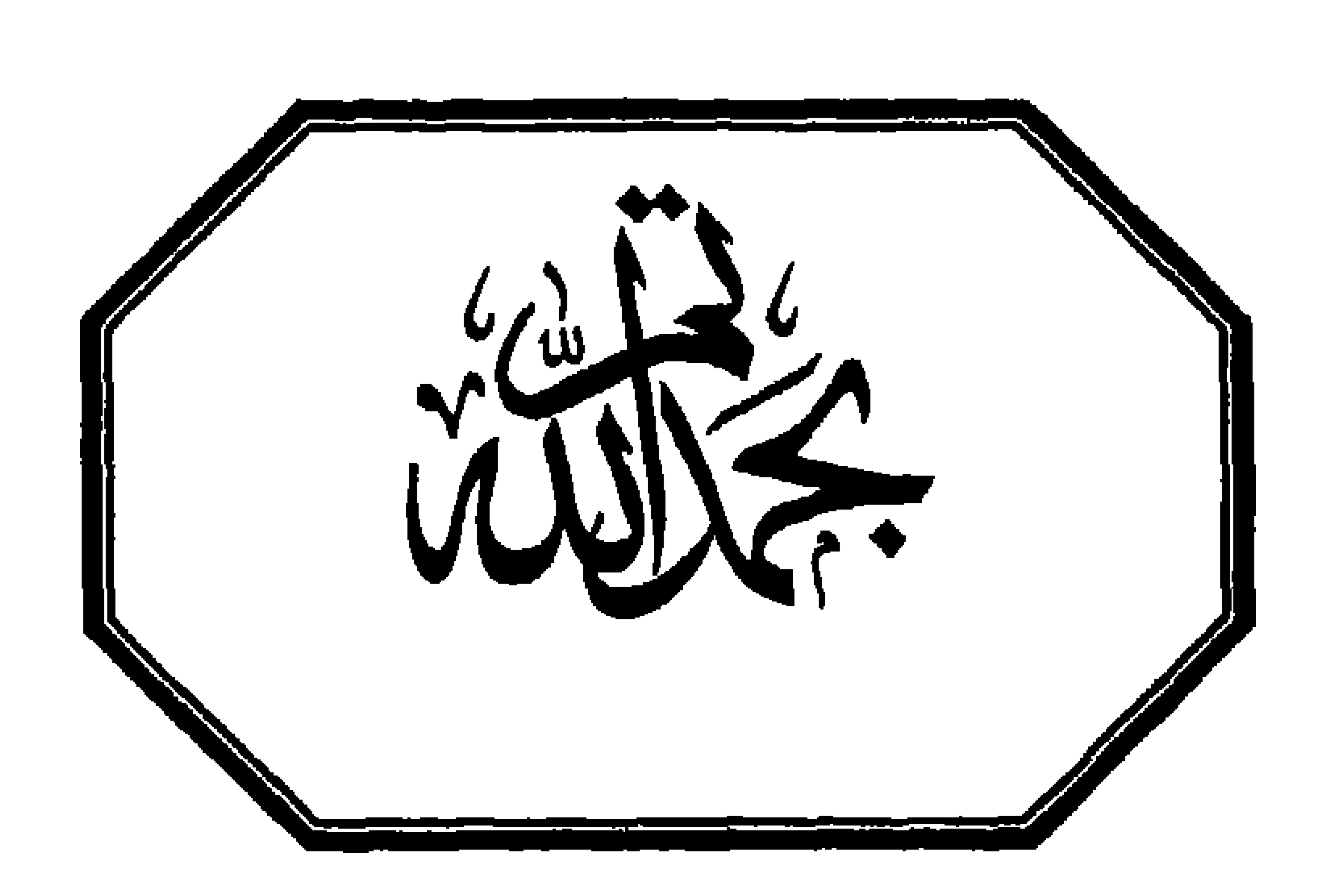
٢. مجلة الهيمنة الأمريكية مجلة فصلية.

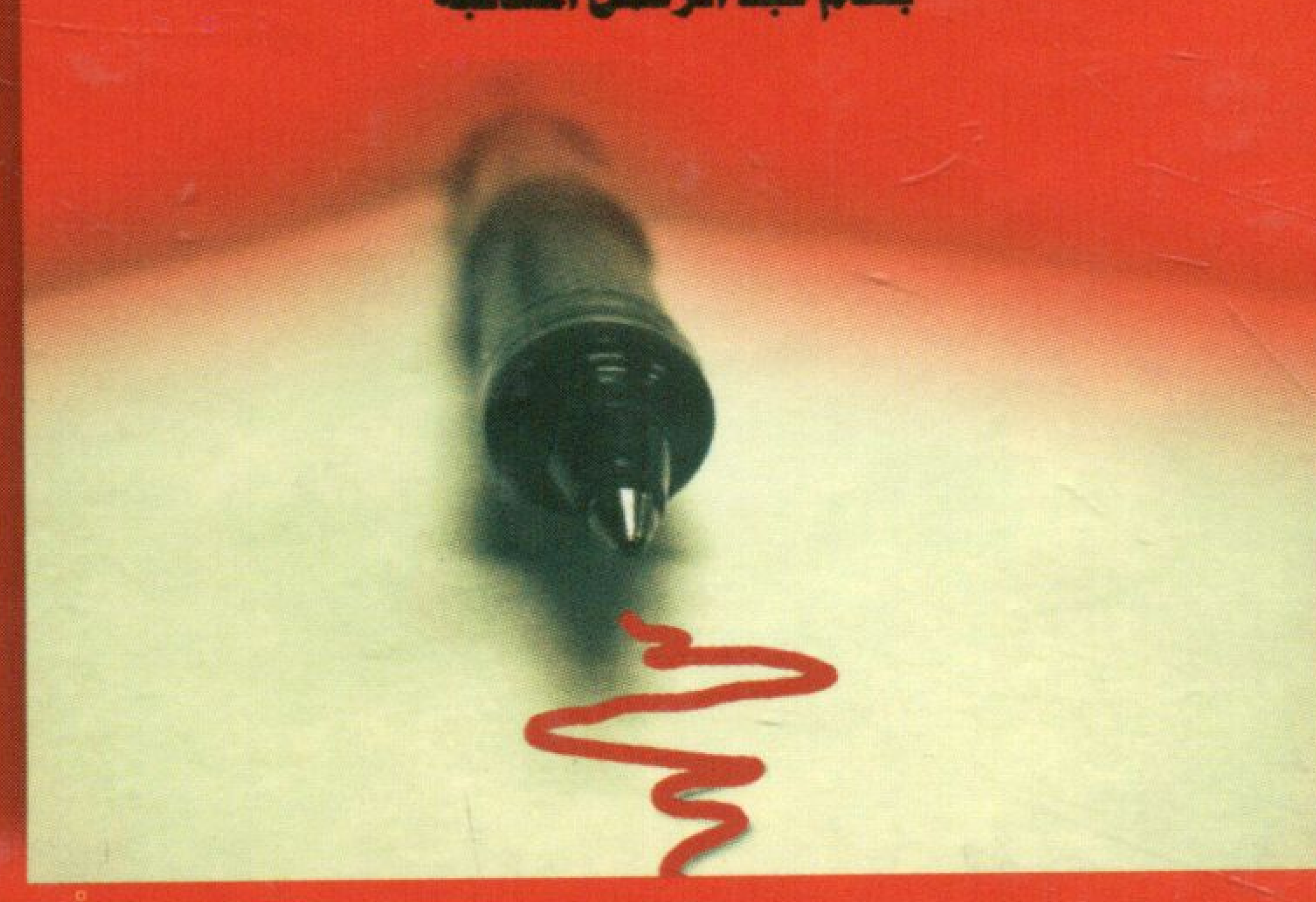
٣. صحيفة الشرق الأوسط السعودية.

٤. صحيفة العرب اليوم الأردنية.

٥. المجلة العالمية صادر عن عالم المعرفة سنة ١٩٨٢.

٦. مجلة لبنان.


تم بحمد الله






ISBN 9789957223489
9789957223489

دار أسامة

دار أسامة للنشر والتوزيع
الأردن - عمان
هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net